

## 「住宅リフォームに関する消費者・事業者に関する実態調査」について

一般社団法人住宅リフォーム推進協議会

一般社団法人住宅リフォーム推進協議会（会長：内藤 弘康）は、「住宅リフォーム市場の環境整備と需要喚起」を事業目的として、消費者・事業者双方にとって有益かつ健全なリフォーム市場の形成に努めるため、様々な活動を行っています。

当協議会では、このほどリフォーム事業者向けに「住宅リフォームに関する事業者実態調査」、一般のリフォーム消費者向けに「住宅リフォームに関する実施者実態調査」「住宅リフォームに関する検討者実態調査」を行いました。

「住宅リフォームに関する事業者実態調査」では、リフォーム事業者の概要、工事实績や売上高、従業員数、税制優遇制度の情報入手の仕方等、リフォーム事業者の実態把握を目的として実施しており、今回が8回目の実施となります。

「住宅リフォームに関する実施者実態調査」及び「住宅リフォームに関する検討者実態調査」では、リフォームの実施者・検討者の概要、リフォームに対する意識と行動、リフォーム工事に関する税制優遇措置、制度認知等、リフォーム実施者・検討者それぞれについての実態把握を目的として実施しております。

なお、検討者については今回の調査が17回目の実施、実施者については6回目の実施となります。

### 調査結果の概要

#### 1.直近でリフォーム実施した層の初回リフォーム割合は45.4%で減少傾向、リフォーム検討層では7割超がリフォーム経験ありも初回リフォームの割合が27.0%で前回調査から3.4ポイント上昇。

①直近でリフォーム実施した層の初回リフォーム割合は45.4%で減少傾向、リフォーム検討層では7割超がリフォーム経験ありも初回リフォームの割合が27.0%で前回調査から3.4ポイント上昇。[P5 図1-1]

②初回リフォームの割合は世帯主年代別では40代（60.0%）の割合が最も高く、住宅の築後年数別では「10年未満」（71.6%）が最も高い割合となっている。築後年数が上がるにつれて、初回リフォームの割合は下がり、複数回リフォーム実施の割合が上がる傾向がみられる。[P5 図1-2]

#### 2.リフォーム検討のきっかけは「設備や構造の修繕」の割合が実施者・検討者とも最も高い。検討者ではリフォームで省エネ性能を高めたいと感じている層が3割を超える。

①リフォーム検討のきっかけは、「住宅の設備や構造を修繕したかったから」（実施者56.2%/検討者49.7%）の割合が最も高く、設備や構造の修繕をきっかけにリフォームを検討する消費者が実施者では半数以上。[P6 図2-1]

②リフォームで実現したかったこと/したいことは、実施者では「一部の部屋の全面改修をする」（実施者31.7%）、検討者では「省エネ性能を高める」（検討者37.1%）の割合が最も高い。[P6 図2-2]

#### 3.リフォーム検討者がリフォーム検討にあたり重視する点は、「省エネ性の向上が見込めること」（検討者32.6%）の割合が最も高く上昇傾向。「耐震性の向上が見込めること」は前々回から12.1ポイント上昇。

①リフォーム検討者が予算以外に重視する点は、「省エネ性の向上が見込めること」（検討者32.6%）、「耐久性の向上が見込めること」（検討者23.0%）、「設備の使い勝手が良くなること」（検討者21.3%）、「耐震性の向上が見込めること」（検討者21.3%）が2割を超える。[P7 図3-1]

#### 4.実施者のリフォーム検討時の予算平均値は310万円。実際のリフォームにかかった平均費用は405万円。当初の予算を上回る傾向は前回に引き続きみられるが、リフォーム平均費用は前回よりやや下降。

①リフォーム検討者の希望予算の平均値は【310万円】、リフォーム実施者の検討時の予算は、【310万円】でともに前回より上昇。実際にかかった費用（補助金を含む）については平均値は前回より下降【434万円→405万円】、中央値は上昇【200万円→210万円】した。【P8 図4-1,4-2】

②予算を上回った理由は、「設備を当初よりグレードアップした」（47.4%）、「予定よりリフォーム箇所が増えた」（41.9%）の割合が高い傾向は変わらないものの、「想定外の工事が必要となった（躯体や構造部分の補修等）」は22.6%で前年度から3.3ポイント下降した。【P9 図5-2】

#### 5.リフォーム検討者の不安な点は、「リフォーム費用がかかる」ことの割合が最も高く、2年連続で上昇。リフォーム実施者の事業者選定時重視点は「担当者の対応・人柄」の割合が最も高い傾向が継続、「工事の質・技術」を重視するが前回から4.0ポイント上昇。

①リフォーム検討者がリフォームするにあたり不安な点は「費用がかかる」（40.3%）の割合が高く、2年連続上昇、「事業者選び、手続きが面倒そう」（23.9%）、「減税措置や補助制度など、どのような支援制度があるのか」（19.5%）の割合も2年連続で上昇した。【P10 図6-1】

②実際にリフォームしたリフォーム実施者の事業者を選定する際の重視点は、「担当者の対応・人柄」（44.0%）の割合が最も高い傾向は継続。「工事の質・技術」を重視した点に挙げられた割合は36.2%と前回調査の32.2%から4.0ポイント上昇。【P10 図6-2】

#### 6.リフォーム実施者の契約リフォーム事業者は全国規模の事業者の割合が2年連続の上昇。リフォーム事業者の情報入手方法は、実施者は「いつも工事を依頼している業者」、検討者は「テレビ」の割合が高い。実施者、検討者ともにインターネットの活用も積極的。

①契約したリフォーム事業者のタイプは全国規模のハウスメーカー、全国規模のリフォーム専門、全国規模その他を合計した全国規模計の割合が40.5%となり2年連続上昇した。【P11 図7-1】

②リフォーム事業者（工事業者や設計士）についての情報入手方法は、実施者では、「いつも工事を依頼している業者」（25.1%）、検討者では「テレビ」（29.8%）が最も高い。インターネットに関する項目の合計は実施者29.0%、検討者37.2%となり、前回より上昇。インターネットも積極的に活用している様子が見られる。【P11 図7-2】

#### 7.今年度の回答事業者の業種は、全体では「工務店」、「リフォーム専門」の回答割合が上昇した。最も割合の高い業種は「工務店」（全体48.9%/不動産除く全体54.1%）となっている。

①回答リフォーム事業者の業種は「工務店」（全体48.9%/不動産除く全体54.1%）の割合が最も高く、次いでリフォーム専門（全体18.8%/不動産除く全体20.8%）となった。デベロッパー・不動産は前回調査より下降した。【P15 図11-1】

本件に関する問い合わせは以下までお願いします。

一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会 担当：國井  
TEL 03-3556-5430 FAX 03-3261-7730  
〒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4F

## 調査概要

### リフォーム実施者調査

- 調査対象 下記条件を満たす調査会社モニターの個人
  - ・過去3年以内に（自身の住まいの）リフォームを実施
  - ・世帯主・自己所有に該当する20歳以上の方
- 調査地域 全国
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 実施期間 2025年 7月 18日～ 8月 1日
- 回答数 スクリーニング調査:30,735名  
本調査 : 1,175名

### リフォーム検討者調査

- 調査対象 下記条件を満たす調査会社モニターの個人
  - ・今後3年以内にリフォーム実施予定（自身の住まいに限らず）
  - ・20歳以上の方
- 調査地域 全国
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 実施期間 2025年 7月 18日～ 8月 1日
- 回答数 スクリーニング調査:32,692名  
本調査 : 1,167名

### リフォーム事業者調査

- 調査対象 全国の住宅リフォーム推進協議会会員団体傘下の事業者、住宅リフォーム推進協議会以外のリフォーム関連団体傘下の事業者の「経営者」「事業責任者」「事業全体を把握している担当者」
- 調査地域 全国
- 調査方法 郵送調査・インターネットリサーチ
- 実施期間 2025年 7月 11日～ 8月 1日
- 回答数 1,343社（郵送：523社 インターネット：820社）

- 経年比較対象調査（前回調査、前々回調査）について

リフォーム実施者/検討者調査：（前回調査）2024年度調査/（前々回調査）2023年度調査

リフォーム事業者調査：（前回調査）2024年度調査/（前々回調査）2023年度調査

# 【リフォーム実施者／検討者調査】ウェイトバック集計／エリア定義について

## ・ウェイトバック集計について

回収サンプルの年代別構成比率が市場の構成比率と一致するよう、総務省統計局の人口構成データに基づき、ウェイトバック集計を行った。

### ▼リフォーム実施者調査ウェイトバック一覧

#### WB (ウェイトバック) 前

		都市部						その他					
		20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
一戸建て	n	41	84	84	66	66	68	18	47	46	43	47	50
	%	3.5	7.1	7.1	5.6	5.6	5.8	1.5	4.0	3.9	3.7	4.0	4.3
マンション	n	12	59	79	70	66	74	2	16	29	37	40	31
	%	1.0	5.0	6.7	6.0	5.6	6.3	0.2	1.4	2.5	3.1	3.4	2.6

#### WB (ウェイトバック) 後

		都市部						その他					
		20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
一戸建て	n	76	59	62	66	50	92	42	38	40	38	36	81
	%	6.4	5.0	5.2	5.6	4.3	7.8	3.6	3.2	3.4	3.3	3.1	6.9
マンション	n	22	41	58	70	50	99	5	13	25	33	31	50
	%	1.9	3.5	4.9	5.9	4.3	8.4	0.4	1.1	2.2	2.8	2.6	4.3

### ▼リフォーム検討者調査ウェイトバック一覧

#### WB (ウェイトバック) 前

		都市部						その他					
		20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
一戸建て	n	52	135	77	64	62	62	18	77	45	45	42	38
	%	4.5	11.6	6.6	5.5	5.3	5.3	1.5	6.6	3.9	3.9	3.6	3.3
マンション	n	10	62	72	65	56	54	1	9	29	28	36	28
	%	0.9	5.3	6.2	5.6	4.8	4.6	0.1	0.8	2.5	2.4	3.1	2.4

#### WB (ウェイトバック) 後

		都市部						その他					
		20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
一戸建て	n	83	68	62	67	52	102	44	45	40	44	35	75
	%	7.1	5.8	5.3	5.7	4.5	8.7	3.8	3.9	3.4	3.7	3.0	6.4
マンション	n	14	31	57	68	47	87	2	5	26	27	30	55
	%	1.2	2.7	4.9	5.8	4.0	7.5	0.2	0.5	2.2	2.3	2.6	4.7

## ・エリア定義について (両調査共通)

都市部：関東（茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）  
 ：関西（滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県）  
 ：東海（岐阜県・静岡県・愛知県・三重県）

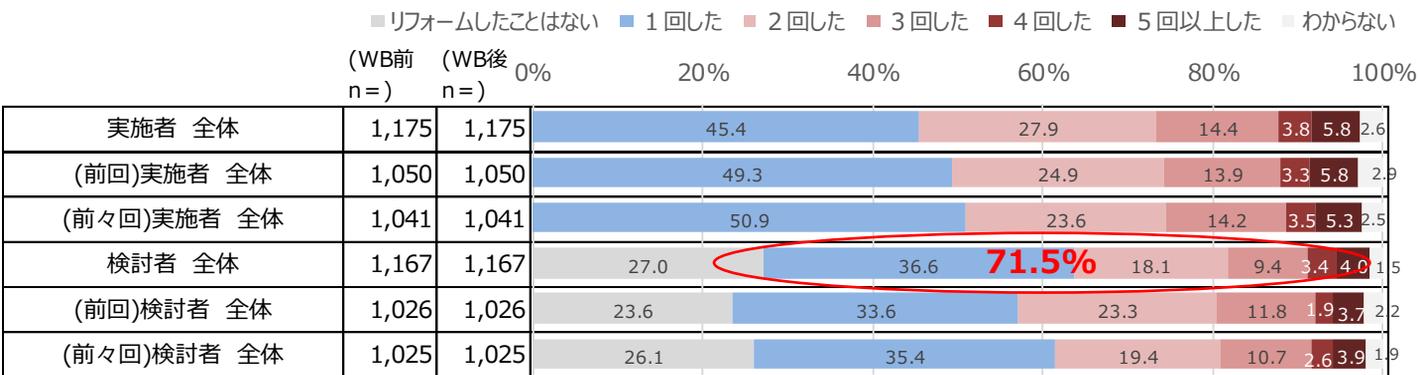
その他：「都市部」以外の30道県

# リフォームを実施する回数

直近でリフォーム実施した層の初回リフォーム割合は45.4%で減少傾向、リフォーム検討層では7割超がリフォーム経験ありも初回リフォームの割合が27.0%で前回調査から3.4ポイント上昇。

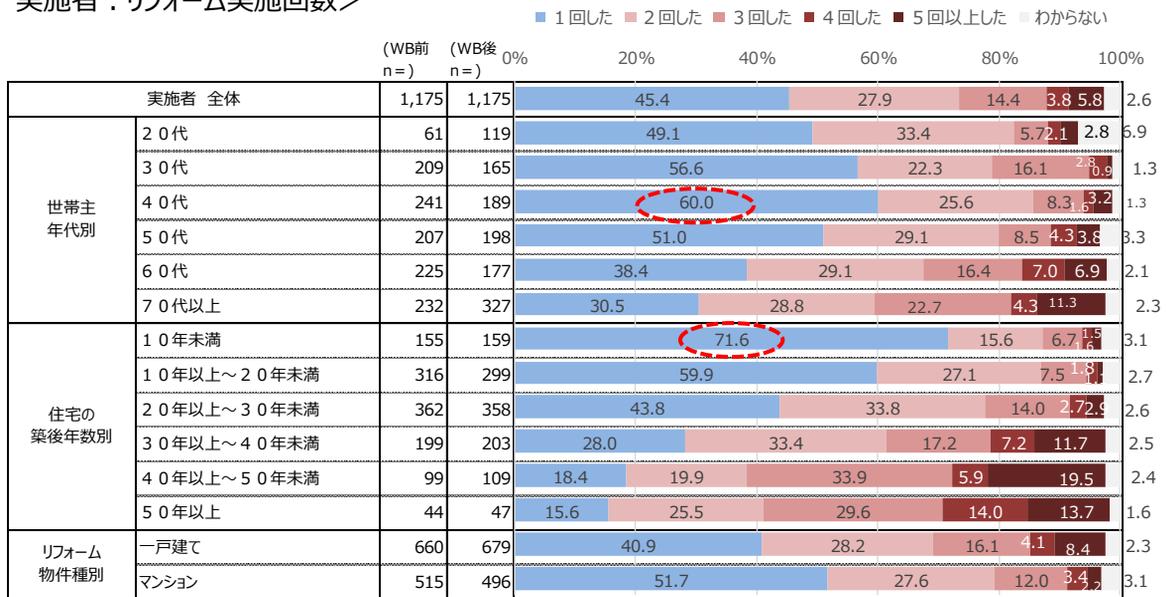
- ・リフォームを実施した人のうち、直近実施のリフォームが初回リフォームだった人の割合は45.4%。2年連続下降しており、リフォーム実施層のピーター割合がやや上昇している傾向が見られる。[図1-1]
- ・今後3年以内にリフォームの検討をしている人については、検討中のリフォームが2回目以上になる人が71.5%となっており、一度リフォームした人は複数回実施する傾向は変わらない。他方、現在検討中のリフォームが初回リフォームとなる人は27.0%で前年度の23.6%から3.4ポイント上昇した。[図1-1]
- ・初回リフォームの割合は世帯主年代別では40代（60.0%）の割合が最も高く、住宅の築後年数別では「10年未満」（71.6%）が最も高い割合となっている。築後年数が上がるにつれて、初回リフォームの割合は下がり、複数回リフォーム実施の割合が上がる傾向がみられる。[図1-2]

<図1-1 実施者・検討者：リフォーム実施回数>



※実施者は「リフォームしたことはない」は非聴取

<図1-2 実施者：リフォーム実施回数>



実施者

検討者

リフォーム検討のきっかけと実現したいこと

リフォーム検討のきっかけは「設備や構造の修繕」の割合が実施者・検討者とも最も高い。検討者ではリフォームで省エネ性能を高めたいと感じている層が3割を超える。

- リフォーム検討のきっかけは、「住宅の設備や構造を修繕したかったから」（実施者56.2%/検討者49.7%）の割合が最も高く、設備や構造の修繕をきっかけにリフォームを検討する消費者が実施者では半数以上となっている。[図2-1]
- 世帯主年代別にみると、検討者の20代~40代では「居住者の生活様式の変化、居住人数に変化があったから」（35.0%）、「住宅の性能や設備を向上させたかったから」（33.5%）の割合が高まる傾向がみられる。[図2-1]
- リフォームで実現したかったこと/したいことは、実施者では「一部の部屋の全面改修をする」（実施者31.7%）、検討者では「省エネ性能を高める」（検討者37.1%）の割合が最も高い。[図2-2]
- 実施者・検討者ともに「一部の部屋の全面改修をする」のスコアが過去2回と比較して下降し、省エネ性能、防音・防災・防犯面の強化、家事・育児のしやすさなど他項目のスコアが上昇しており、消費者のリフォームで実現したいことが多岐にわたってきている様子も窺える。[図2-2]

<図2-1 実施者・検討者：リフォーム検討のきっかけ>

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	住宅の設備や構造を修繕したかったから	住宅の性能や設備を向上させたかったから (耐震や省エネ性能の向上、長期優良化、防音、防災、防犯面の強化)	居住者の生活様式の変化、居住人数の変化があったから (妊娠、子どもの誕生による変化を除く)	近年の自然災害に対する不安があったから	妊娠、子どもの誕生で生活様式、居住人数に変化があったから	減税や補助、融資等の支援制度が利用できたから	資産価値を高めたかったから	住宅ローンを完済し終えたから	その他
実施者全体	1,175	1,175	56.2	31.6	17.7	5.9	5.2	5.1	5.0	3.1	4.2
検討者全体	1,167	1,167	49.7	34.1	21.9	11.2	7.9	5.1	6.9	4.5	1.7
(前回)実施者全体	1,050	1,050	53.2	31.2	15.3	7.8	5.9	6.7	6.1	3.8	5.7
(前回)検討者全体	1,026	1,026	53.4	29.1	19.7	11.0	8.2	5.2	6.8	5.2	2.0
実施者_世帯主年代別											
20代~40代	511	473	44.0	29.2	29.2	8.5	11.0	5.5	8.9	3.5	2.4
50代以上	664	702	64.4	33.2	9.9	4.2	1.3	4.9	2.3	2.9	5.5
検討者_世帯主年代別											
20代~40代	587	477	31.8	33.5	35.0	11.4	16.2	5.9	10.8	5.7	0.3
50代以上	580	690	62.1	34.5	12.9	11.0	2.2	4.5	4.1	3.7	2.7

※実施者全体のスコア順で表示

<図2-2 実施者・検討者：リフォームで実現したかったこと/したいこと>

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	一部の部屋の全面改修をする	省エネ性能を高める	バリアフリーにする	防音、防災、防犯面を強化する	家事・育児しやすい住宅にする、居室を増やす	耐震性能を高める	健康増進や病気予防に配慮した室内環境にする	長期優良住宅認定に対応する	複数世帯同居を実現する	子どもの事故を防止し、安全面を強化する
実施者全体	1,175	1,175	31.7	29.7	14.9	13.6	12.5	12.1	9.6	6.5	4.8	4.0
検討者全体	1,167	1,167	24.6	37.1	19.5	16.3	14.1	23.4	11.7	7.0	6.8	4.3
(前回)実施者全体	1,050	1,050	34.0	28.5	13.9	11.6	11.2	13.9	10.4	6.5	4.5	3.5
(前回)検討者全体	1,026	1,026	28.1	35.0	21.3	15.6	12.1	20.3	13.4	7.2	6.5	4.4
(前々回)実施者全体	1,041	1,041	40.4	23.4	11.1	9.5	8.7	12.7	7.5	7.0	5.6	*
(前々回)検討者全体	1,025	1,025	40.1	24.5	13.9	11.6	9.0	16.3	6.4	7.9	7.8	*
実施者_世帯主年代別												
20代~40代	511	473	20.7	37.5	20.7	15.5	16.6	18.5	8.5	10.7	10.5	8.9
50代以上	664	702	39.2	24.4	10.9	12.3	9.7	7.9	10.3	3.7	1.0	0.7
検討者_世帯主年代別												
20代~40代	587	477	18.0	38.7	22.5	15.5	18.5	30.6	9.9	10.6	10.7	8.0
50代以上	580	690	29.2	36.0	17.4	16.8	11.1	18.4	12.8	4.5	4.0	1.7

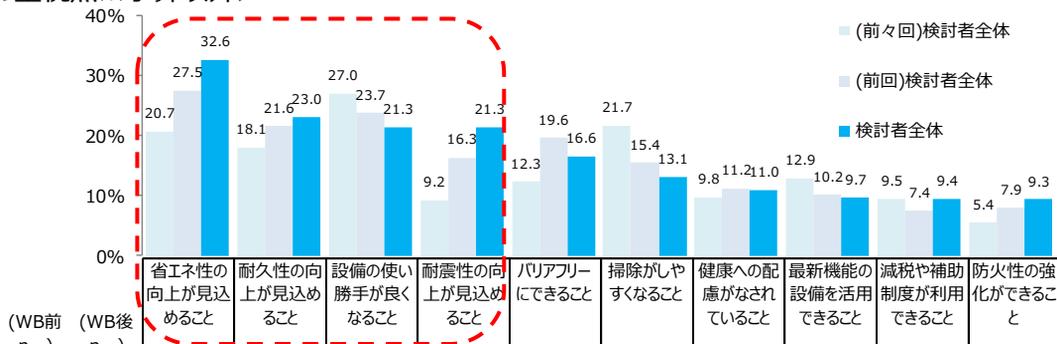
※実施者全体のスコアで上位10項目を表示  
※「子供の事故を防止し、安全面を強化する」は前々回は非聴取

6

リフォーム検討者がリフォーム検討にあたり重視する点は、「省エネ性の向上が見込めること」(検討者32.6%)の割合が最も高く上昇傾向。「耐震性の向上が見込めること」は前々回から12.1ポイント上昇。リフォーム箇所では水回りや居間の割合が高い。

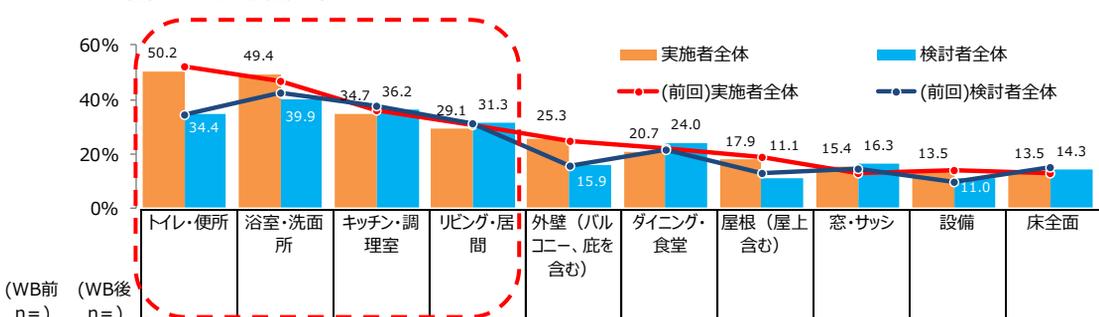
- ・ リフォーム検討者が予算以外に重視する点は、「省エネ性の向上が見込めること」(検討者32.6%)、「耐久性の向上が見込めること」(検討者23.0%)、「設備の使い勝手が良くなること」(検討者21.3%)、「耐震性の向上が見込めること」(検討者21.3%)が2割を超える。[図3-1]
- ・ 「省エネ性の向上が見込めること」は年々上昇傾向がみられ、リフォーム実施物件別(一戸建て33.1%/マンション31.8%)および世帯主年代別(20代~40代34.0%/50代以上31.6%)でみても最も割合が高い。[図3-1]
- ・ リフォーム箇所は、実施者、検討者ともに水回りやリビングの割合が高く、前回調査と同様の傾向がみられる。[図3-2]
- ・ 「窓・サッシ」をリフォームした割合は実施者、検討者ともに前回調査から上昇した。[図3-2]

＜図3-1 検討者：リフォームの重視点※予算以外＞



※検討者 全体のスコアで上位10項目を表示

＜図3-2 実施者・検討者：リフォーム箇所(予定箇所)＞



※実施者全体のスコアで上位10項目を表示

# リフォーム予算・費用①

**実施者のリフォーム検討時の予算平均値は310万円。実際のリフォームにかかった平均費用は405万円。当初の予算を上回る傾向は前回に引き続きみられるが、リフォーム平均費用は前回よりやや下降。**

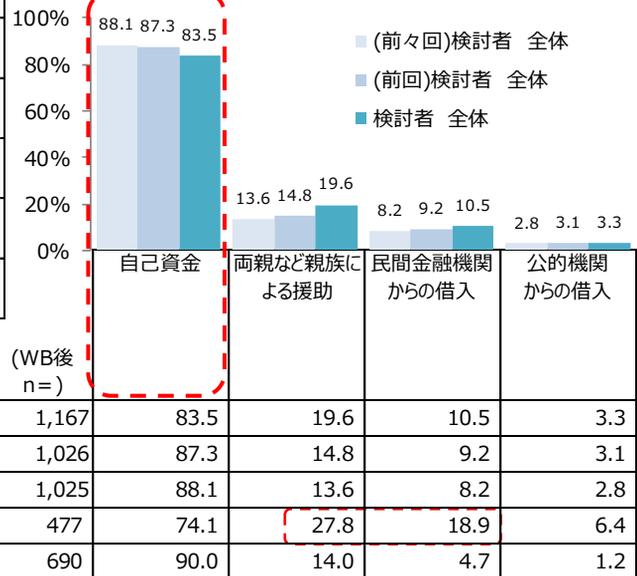
- ・ リフォーム検討者の希望予算の平均値は【292万円】、リフォーム実施者の検討時の予算は、【310万円】でともに前回より上昇。実際にかかった費用（補助金を含む）については平均値は前回より下降【434万円→405万円】、中央値は上昇【200万円→210万円】した。[図4-1,4-2]
- ・ リフォームにかかった費用の平均を世帯主年代別で見ると、50代以上の【358万円】に対して、20代~40代では【475万円】とやや高くなる。平均費用の内訳をみると、20代~40代は借入金の平均値が【121万円】、補助金の平均値が【37万円】となっており、50代以上を上回っている。[図4-2]
- ・ 検討者のリフォーム時の予定資金源では「自己資金」が83.5%で前回同様大半を占めるも前回調査より3.8ポイント下降。他方、「両親など親族による援助」が4.8ポイント上昇しており、複数の資金源からリフォームを検討している様子が窺える。[図4-3]

<図4-1 実施者・検討者：リフォーム検討時の予算>

(WB前 (WB後  
n=) n=) 0万円 200万円 400万円

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	平均値
実施者 全体	1,175	1,175	310.4
検討者 全体	1,167	1,167	292.4
(前回)実施者 全体	1,050	1,050	290.7
(前回)検討者 全体	1,026	1,026	276.9
(前々回)実施者 全体	1,041	1,041	265.7
(前々回)検討者 全体	1,025	1,025	262.9

<図4-3 検討者：リフォーム時の予定資金源>



	(WB前 n=)	(WB後 n=)	自己資金	両親など親族による援助	民間金融機関からの借入	公的機関からの借入
検討者 全体	1,167	1,167	83.5	19.6	10.5	3.3
(前回)検討者 全体	1,026	1,026	87.3	14.8	9.2	3.1
(前々回)検討者 全体	1,025	1,025	88.1	13.6	8.2	2.8
世帯主年代別						
20代~40代	587	477	74.1	27.8	18.9	6.4
50代以上	580	690	90.0	14.0	4.7	1.2

<図4-2 実施者：リフォームにかかった費用（平均費用）>

(WB前 (WB後  
n=) n=) 0万円 200万円 400万円 600万円 800万円 1,000万円

■ 自己資金 ■ 借入金 ■ 補助金 合算値 中央値

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	自己資金	借入金	補助金	合算値	中央値
実施者 全体	1,175	1,175	321.0	66.0	18.5	405.4	210.0
(前回)実施者 全体	1,050	1,050	320.8	94.7	18.7	434.2	200.0
(前々回)実施者 全体	1,041	1,041	272.2	60.6	14.8	347.6	185.0
世帯主年代別							
20代~40代	511	473	317.5	121.0	36.6	475.1	200.0
50代以上	664	702	323.3	28.9	6.2	358.4	220.0

# リフォーム予算・費用②

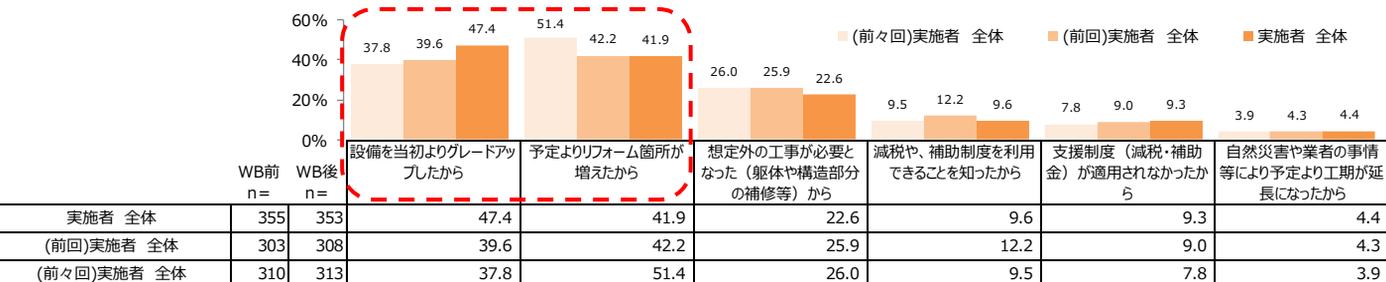
リフォームにかかった費用について、予算とほぼ同額だったが半数以上。予算を設定していなかった層の割合が下降し、事前に予算を設定する層が上昇している様子が窺える。

- 実際にリフォームにかかった費用について、「予算とほぼ同額だった」は53.3%と前年度から5.8ポイント上昇し、半数を超えた。また、「わからない・予算を設定していない」層が4.6%と前年度から7.1ポイント下降。事前に予算を設定する層が上昇している様子が窺える。[図5-1]
- 予算を上回った理由は、「設備を当初よりグレードアップした」(47.4%)、「予定よりリフォーム箇所が増えた」(41.9%)の割合が高い傾向は変わらないものの、「想定外の工事が必要となった(躯体や構造部分の補修等)」は22.6%で前年度から3.3ポイント下降した。[図5-2]
- 予算を上回った理由別にリフォーム箇所をみると、予定よりリフォーム箇所が増えた層は「浴室・洗面所」(62.1%)、設備をグレードアップした層では、「トイレ・便所」(65.4%)の割合が高まる。[図5-3]

＜図5-1 実施者：予算と実際の費用の乖離＞

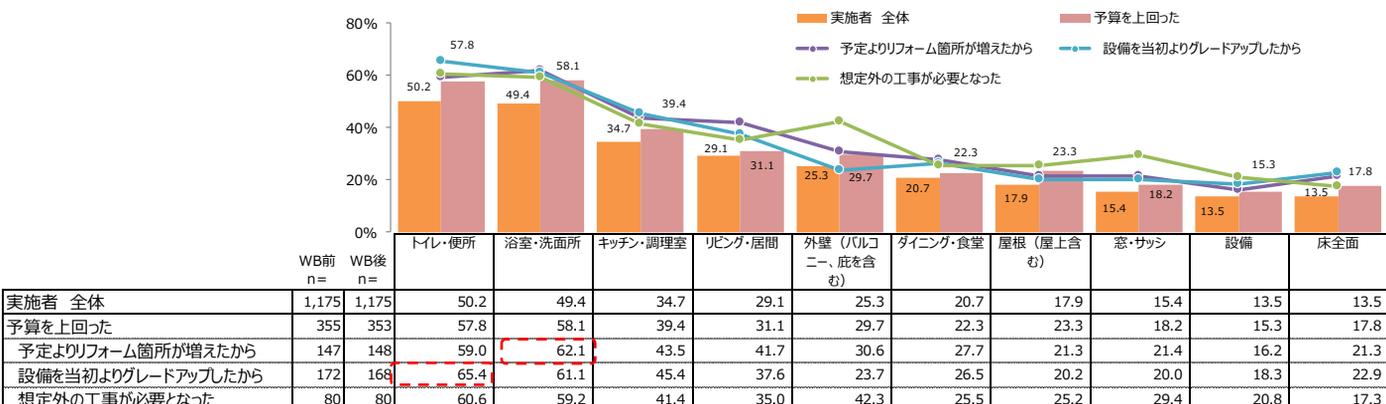


＜図5-2 実施者：予算を上回った理由＞ ※かかった費用が予算を上回った人ベース ←



＜図5-3 実施者：工事箇所(予算を上回った理由)＞

※「実施者 全体」のスコアで降順ソート

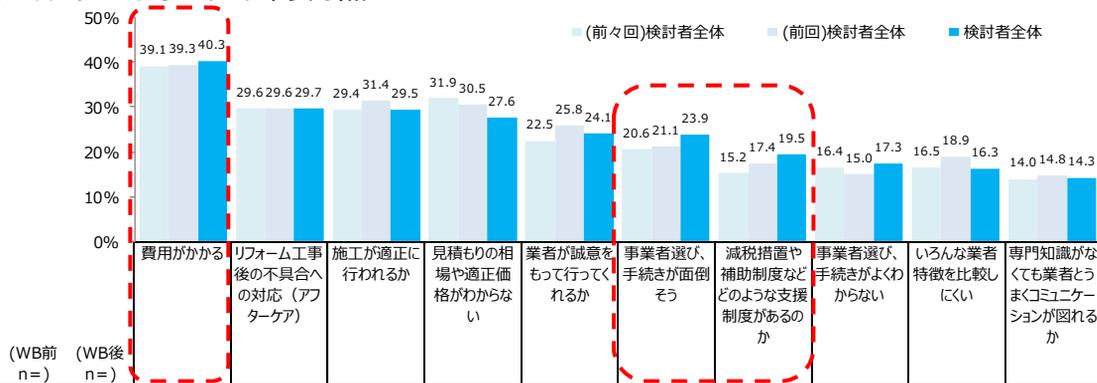


※「実施者 全体」のスコアで上位10項目を表示

リフォーム検討者の不安な点は、「リフォーム費用がかかる」ことの割合が最も高く、2年連続で上昇。リフォーム実施者の事業者選定時重視点は「担当者の対応・人柄」の割合が最も高い傾向が継続、「工事の質・技術」を重視するが前回から4.0ポイント上昇。

- ・ リフォーム検討者がリフォームするにあたり不安な点は「費用がかかる」（40.3%）の割合が高く、2年連続上昇、「事業者選び、手続きが面倒そう」（23.9%）、「減税措置や補助制度など、どのような支援制度があるのか」（19.5%）の割合も2年連続で上昇した。[図6-1]
- ・ 世帯主年代別にみると50代以上の47.5%が「費用がかかる」を挙げており、費用面での不安が高い様子が窺える。[図6-1]
- ・ 実際にリフォームしたリフォーム実施者の事業者を選定する際の重視点は、「担当者の対応・人柄」（44.0%）の割合が最も高い傾向は継続。地元密着の企業と契約した層（47.7%）や世帯主年代50代以上（46.8%）ではさらに割合が高まる。[図6-2]
- ・ 「工事の質・技術」を重視した点に挙げられた割合は36.2%と前回調査の32.2%から4.0ポイント上昇した。[図6-2]

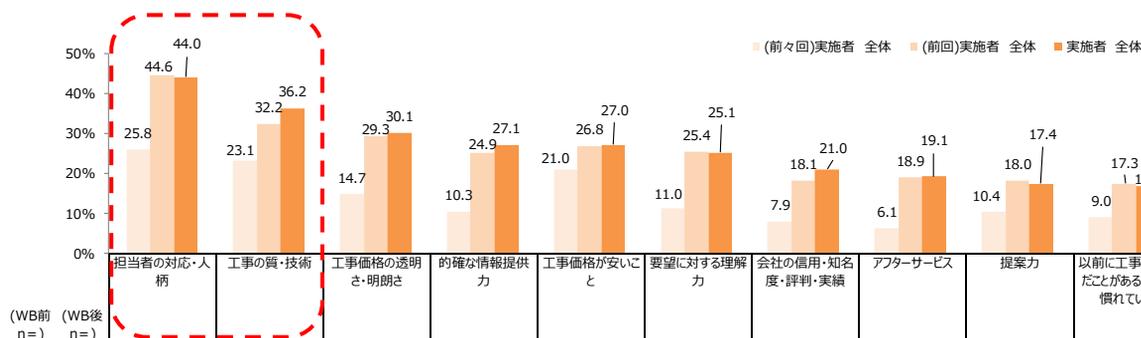
<図6-1 検討者：リフォームするにあたり不安な点>



		(WB前 n=)	(WB後 n=)	費用がかかる	リフォーム工事後の不具合への対応（アフターケア）	施工が適正に行われるか	見積りや相場や適正価格がわからない	業者が誠意をもって行ってくれるか	事業者選び、手続きが面倒そう	減税措置や補助制度などどのような支援制度があるのか	事業者選び、手続きがよくわからない	いろいろな業者特徴を比較しにくい	専門知識がなくとも業者とうまくコミュニケーションが図れるか
検討者全体		1,167	1,167	40.3	29.7	29.5	27.6	24.1	23.9	19.5	17.3	16.3	14.3
(前回)検討者全体		1,026	1,026	39.3	29.6	31.4	30.5	25.8	21.1	17.4	15.0	18.9	14.8
(前々回)検討者全体		1,025	1,025	39.1	29.6	29.4	31.9	22.5	20.6	15.2	16.4	16.5	14.0
検討者	リフォーム実施物件種別	717	716	39.3	28.5	25.8	24.5	21.0	23.3	19.3	16.8	13.6	14.6
	一戸建て	450	451	41.9	31.6	35.2	32.6	29.1	24.9	19.7	18.2	20.6	13.7
	マンション	587	477	30.0	26.3	18.1	18.2	19.4	25.2	19.4	18.6	14.2	15.2
	世帯主年代別	580	690	47.5	32.0	37.3	34.1	27.4	23.0	19.5	16.5	17.8	13.6

<図6-2 実施者：事業者選定時重視点>

※「検討者 全体」のスコアで上位10項目を表示



		(WB前 n=)	(WB後 n=)	担当者の対応・人柄	工事の質・技術	工事価格の透明さ・明瞭さ	的確な情報提供力	工事価格が安いこと	要望に対する理解力	会社の信用・知名度・評判・実績	アフターサービス	提案力	以前に工事を頼んだことがある・使い慣れている
実施者 全体		1,117	1,121	44.0	36.2	30.1	27.1	27.0	25.1	21.0	19.1	17.4	16.7
(前回)実施者 全体		988	986	44.6	32.2	29.3	24.9	26.8	25.4	18.1	18.9	18.0	17.3
(前々回)実施者 全体		1,041	1,041	25.8	23.1	14.7	10.3	21.0	11.0	7.9	6.1	10.4	9.0
契約事業者の規模別	全国規模の企業	467	476	39.0	37.3	26.4	35.4	20.3	27.1	25.9	23.2	20.0	12.8
	地元密着の企業	650	644	47.7	35.3	32.9	20.9	32.0	23.6	17.3	16.1	15.4	19.5
世帯主年代別	20代～40代	485	452	39.8	32.4	24.8	31.0	26.9	25.0	17.3	19.4	19.4	11.2
	50代以上	632	669	46.8	38.8	33.7	24.4	27.1	25.1	23.4	18.9	16.0	20.3

※前回調査から契約事業者不明を除いて聴取。前々回調査は全体ベースかつ回答選択2つまでの制限有り

※「実施者 全体」のスコアで上位10項目を表示

実施者

検討者

リフォーム契約事業者と事業者情報の入手方法

リフォーム実施者の契約リフォーム事業者は全国規模の事業者の割合が2年連続の上昇。リフォーム事業者の情報入手方法は、実施者は「いつも工事を依頼している業者」、検討者は「テレビ」の割合が高い。実施者、検討者ともにインターネットの活用も積極的。

- 契約したリフォーム事業者のタイプは全国規模のハウスメーカー、全国規模のリフォーム専門、全国規模その他を合計した全国規模計の割合が40.5%となり2年連続上昇した。リフォーム実施物件種別でみると、一戸建てでは「全国規模のハウスメーカー」(27.1%)や「地元密着の工務店」(31.8%)がマンションと比べて高い。マンションリフォーム層では「地元密着のリフォーム専門」(32.2%)や「全国規模のリフォーム専門」(18.5%)の割合が一戸建てと比べて高い。[図7-1]
- リフォーム事業者(工事業業者や設計士)についての情報入手方法は、実施者では、「いつも工事を依頼している業者」(25.1%)、検討者では「テレビ」(29.8%)が最も高い。[図7-2]
- インターネットに関する項目(「その他インターネット」+「住宅リフォーム推進協議会のホームページ」+「SNS」+「国土交通省のホームページ」+「動画サイト」)の合計は実施者29.0%、検討者37.2%となり、前回より上昇。インターネットも積極的に活用している様子がみられる。[図7-2]

<図7-1 実施者：契約リフォーム事業者>

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	割合 (%)							全国規模計	地域密着計	
			0%	20%	40%	60%	80%	100%				
実施者 全体	1,175	1,175	21.6	18.0	0.9	29.5	23.1	2.2	4.6	40.5	54.8	
(前回)実施者 全体	1,050	1,050	20.6	16.1	1.6	27.2	25.7	2.8	6.1	38.2	55.6	
(前々回)実施者 全体	1,041	1,041	19.3	14.6	1.4	32.2	21.7	2.4	8.4	35.3	56.4	
リフォーム実施物件種別	一戸建て	660	679	27.1	17.7	0.6	31.8	16.5	2.3	4.1	45.4	50.5
	マンション	515	496	14.0	18.5	1.4	26.4	32.2	2.2	5.3	34.0	60.8
世帯主年代別	20代~40代	511	473	29.2	28.6	0.9	23.2	13.1	0.5	4.5	58.8	36.7
	50代以上	664	702	16.4	10.9	1.0	33.8	29.9	3.4	4.7	28.3	67.0

<図7-2 実施者・検討者：リフォーム事業者の情報入手方法>

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	割合 (%)	
			実施者 全体	検討者 全体
いつも工事を依頼している業者	1,175	1,175	25.1	22.6
テレビ(テレビ番組・テレビCM等)	1,175	1,175	14.9	29.8
インターネット計	1,175	1,175	29.0	37.2

※インターネット計(「その他インターネット」+「住宅リフォーム推進協議会のホームページ」+「SNS」+「国土交通省のホームページ」+「動画サイト」の合計。複数回答可。)

※「実施者 全体」のスコアで降順ソート

11

実施者

検討者

事業者

税制優遇措置の認知状況

税制優遇措置の認知度は実施者では「住宅ローン減税（増改築）」について「元々知っていた、自分で調べて知った」の割合が他制度と比べて高い。検討者では、「耐震リフォーム減税（所得税）」の活用検討割合が他制度と比べて高い。

- リフォームに関する税制優遇措置の認知状況を見ると、実施者では「住宅ローン減税（増改築）」について「元々知っていた、自分で調べて知った」（22.6%）が他制度と比べて高い。[図8-1]
- リフォーム検討者では、「活用を検討している」制度として「耐震リフォーム減税（所得税）」の割合が25.1%と最も高い。[図8-2]
- リフォーム事業者では、優遇制度の問合せを「受けたことが有る」割合が前回同様5割を切っている。従業員数別にみると、従業員規模が大きくなるほど問合せを受けたことが有る事業者の割合が高まり、事業規模の大きい事業者になるほど取扱件数も多いことから問合せの件数も増加すると考えられる。[図8-4]

<図8-1 実施者：税制優遇措置の認知状況>

税制優遇措置	元々知っていた、自分で調べて知った (%)	実施者 業者に勧められて知った (%)
耐震リフォーム減税(所得税)	21.2	9.2
耐震リフォーム減税(固定資産税)	15.8	14.6
バリアフリーリフォーム減税(所得税)	19.0	13.6
バリアフリーリフォーム減税(固定資産税)	17.1	14.0
省エネリフォーム減税(所得税)	20.5	13.9
省エネリフォーム減税(固定資産税)	17.9	13.8
同居対応リフォーム減税(所得税)	11.5	9.6
長期優良化リフォーム減税(所得税)	13.3	11.9
長期優良化リフォーム減税(固定資産税)	14.3	10.9
子育て対応リフォーム減税(所得税)	13.0	11.5
住宅ローン減税(増改築)	22.6	11.4
贈与税の非課税措置	16.3	11.8

<図8-2 検討者：税制優遇措置の認知状況・活用意向>

税制優遇措置	活用を検討している (%)	多少予算を引き上げても活用を検討している (%)	制度は知っているが、活用は検討していない (%)	制度を知らない (%)
耐震リフォーム減税(所得税)	25.1	19.2	8.4	46.3
耐震リフォーム減税(固定資産税)	14.0	19.3	17.5	48.2
バリアフリーリフォーム減税(所得税)	15.2	18.4	12.9	52.5
バリアフリーリフォーム減税(固定資産税)	13.4	21.6	11.4	53.6
省エネリフォーム減税(所得税)	18.2	16.6	11.4	53.8
省エネリフォーム減税(固定資産税)	14.5	18.4	13.7	53.4
同居対応リフォーム減税(所得税)	10.5	16.9	11.3	57.3
長期優良化リフォーム減税(所得税)	11.7	17.0	14.1	57.2
長期優良化リフォーム減税(固定資産税)	12.4	15.9	13.0	58.7
子育て対応リフォーム減税(所得税)	9.7	16.1	12.3	61.9
住宅ローン減税(増改築)	10.0	23.2	11.0	55.8
贈与税の非課税措置	9.3	20.9	12.7	57.1

<図8-3 事業者：税制優遇措置の認知・理解度>

税制優遇措置	制度を詳細まで把握している (%)	概要は把握しており、調べれば詳細も答えられる (%)	制度は知っているが概要を把握していない (%)	制度を知らない (%)	無回答 (%)
耐震リフォーム減税	6.3	34.3	42.1	12.1	5.1
バリアフリーリフォーム減税	7.7	37.7	38.0	11.4	5.1
省エネリフォーム減税	10.3	42.0	34.0	8.5	5.1
同居対応リフォーム減税	2.9	27.0	41.0	23.5	5.6
長期優良化リフォーム減税	5.1	35.7	41.0	12.7	5.5
子育て対応リフォーム減税	7.7	38.0	36.2	12.9	5.3
住宅ローン減税(増改築)	8.9	39.5	34.9	11.5	5.2
住宅ローン減税(買取再販)	4.2	24.1	41.9	24.2	5.7
贈与税の非課税措置	5.0	25.5	41.3	22.3	6.0
買取再販に係る登録免許税の特例措置	2.5	15.5	36.9	39.5	5.7
買取再販に係る不動産取得税の軽減措置	2.8	15.9	36.0	39.6	5.7

<図8-4 事業者：税制優遇制度の問合せ状況>

事業者属性	受けたことが有る (%)	受けたことが無い (%)	わからない (%)	無回答 (%)
全体	43.8	45.0	10.1	1.2
※全体(不動産除く)	46.0	43.1	9.6	1.2
(前回)全体	43.6	47.4	8.5	0.6
(前回)※全体(不動産除く)	48.3	43.7	7.3	0.7
ハウスマーカー	58.8	35.3	5.9	0.0
デベロッパー・不動産	22.7	62.5	14.1	0.8
リフォーム専門	57.1	32.5	9.9	0.4
工務店	47.6	44.2	7.8	0.5
専門工事業	22.0	60.6	13.6	3.8
その他	39.4	43.1	14.6	2.9
従業員数別				
5名以下	34.2	54.5	10.8	0.5
6~10名以下	56.8	34.2	8.3	0.8
11名以上	66.7	24.3	9.0	0.0

※不動産除くは、業種「デベロッパー・不動産」の回答を除いたスコア

※全体(不動産除く)は、業種「デベロッパー・不動産」の回答を除いたスコア

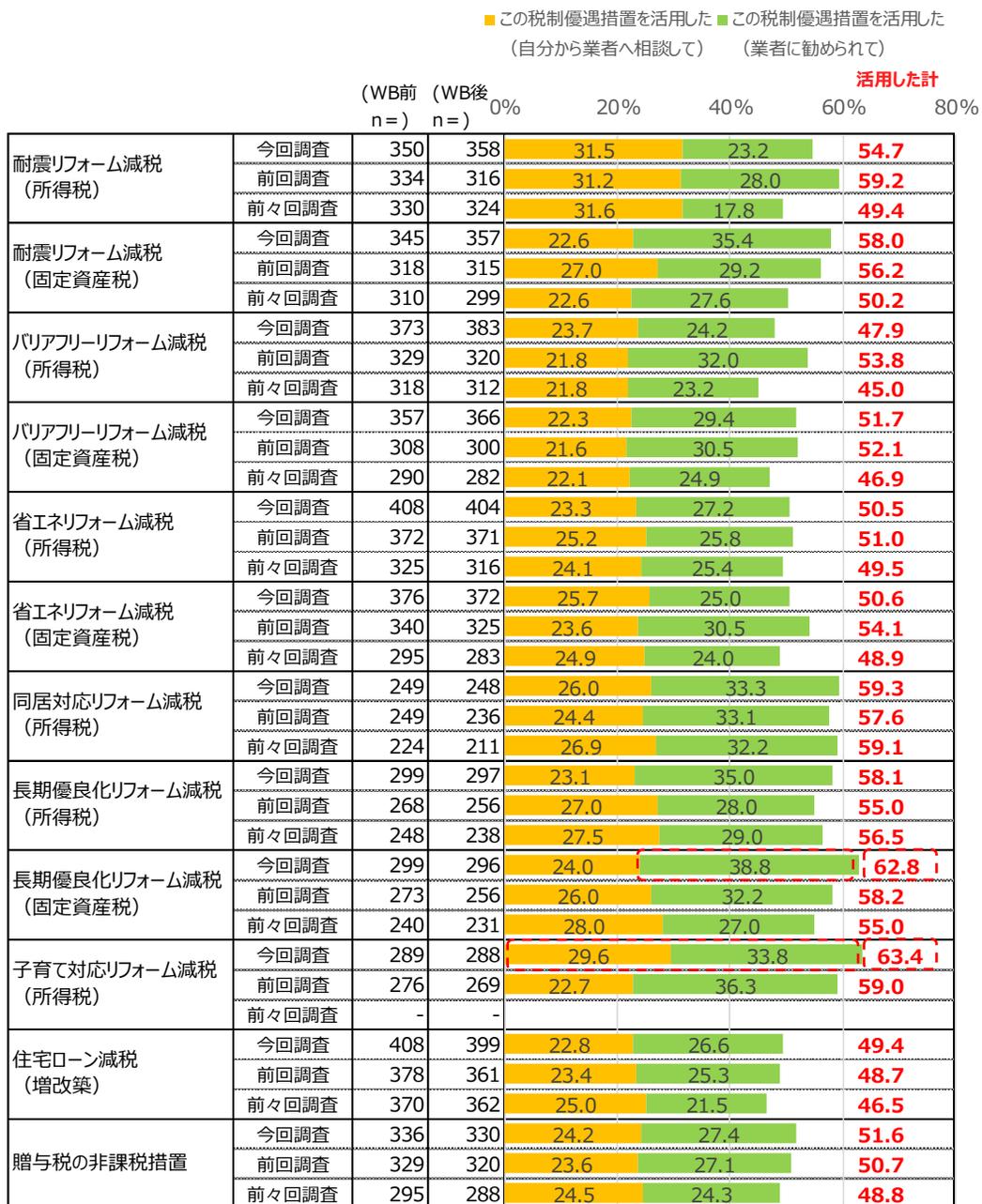
12

# 税制優遇措置の活用率

**実施者の税制優遇措置の活用率（各税制認知者ベース）は、子育て対応リフォーム減税、長期優良化リフォーム減税（固定資産税）が6割以上となった（今回調査）。子育て対応リフォーム減税では「自分から業者に相談して活用した」が前回より6.9ポイント上昇。**

- ・リフォーム実施者（各制度の認知者ベース）で税制優遇措置の活用率が高いのは、子育て対応リフォーム減税（所得税）（63.4%）、長期優良化リフォーム減税（固定資産税）（62.8%）で各制度の認知者の6割以上が活用したと回答している。[図9-1]
- ・長期優良化リフォーム減税（固定資産税）では「業者に勧められて活用した」が38.8%と前回調査（32.2%）より6.6ポイント上昇し、リフォーム事業者からの情報提供の影響が大きかったことが推察される。[図9-1]
- ・「子育て対応リフォーム減税（所得税）」は「自分から業者へ相談して」活用したが29.6%と前回調査（22.7%）より6.9ポイント上昇。リフォーム実施者の子育て対応リフォームに対する意識の高さが窺える。[図9-1]

<図9-1 実施者：税制優遇制度の活用度> ※各税制を認知している者ベース

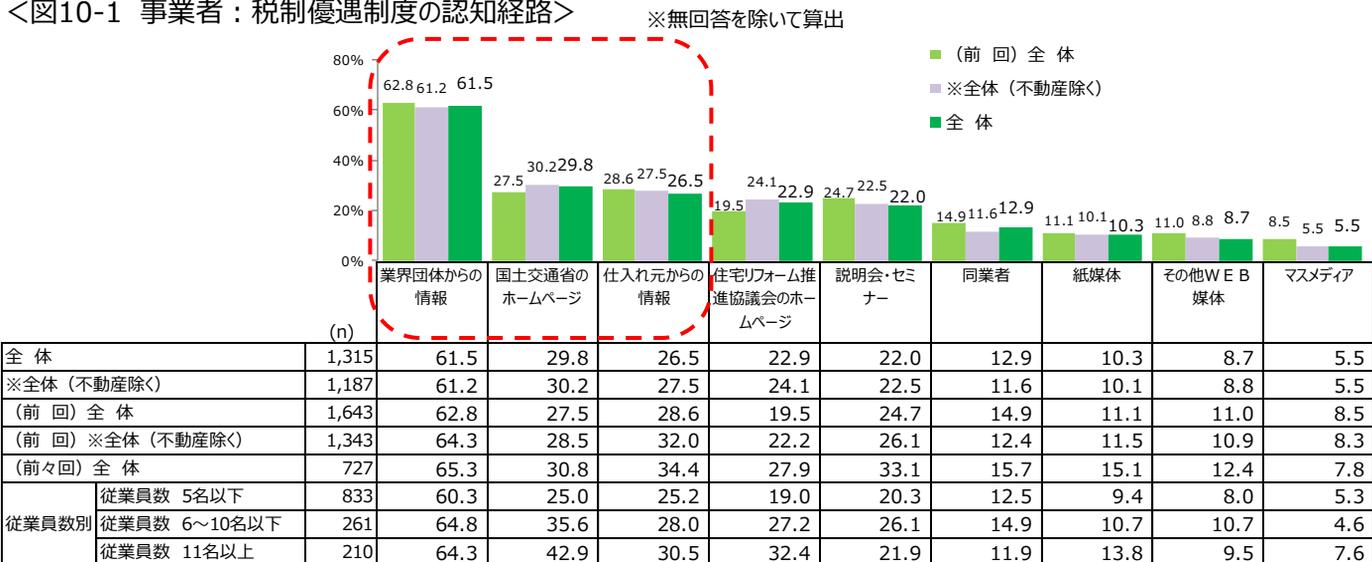


※子育て対応リフォーム減税（所得税）は前々回は非聴取

## 事業者の6割以上が業界団体からの情報で税制優遇制度を認知。消費者は実施者、検討者ともにテレビやインターネットから情報を入手している層が多い。

- 税制優遇制度の情報の入手先は、事業者では「業界団体からの情報（DM、メルマガ等）」（事業者全体：61.5%）の割合が高い状態が継続しているもののやや減少傾向が見られる。「国土交通省のホームページ」（事業者全体：29.8%）、「住宅リフォーム推進協議会のホームページ」（22.9%）は前回調査から割合が上昇した。[図10-1]
- リフォーム実施者、検討者では、単一選択項目ではともに「テレビ」（実施者34.2%、検討者30.5%）の割合が高い。他方、インターネット関連項目の合計であるインターネット計では実施者45.7%、検討者32.3%となっており、インターネット媒体からの情報入手も多い。[図10-2]
- リフォーム実施者の世帯年代別でみると、20代~40代では「国土交通省のホームページ」、「リフォーム推進協議会のホームページ」、「SNS」の割合が50代以上と比較して高く、インターネットを利用して多くの経路から情報入手をしている様子が窺える。他方で50代以上の実施者では、「営業マン」や「いつも工事を依頼している業者」、「自治体等の公的相談窓口」の割合が高い傾向がみられ、オフラインでの情報入手も活用している様子が窺える。[図10-2]

＜図10-1 事業者：税制優遇制度の認知経路＞



※全体(不動産除く)は、業種「デベロッパー・不動産」の回答を除いたスコア ※「事業者 全体」のスコアで降順ソート

＜図10-2 実施者・検討者：税制優遇制度の認知経路＞



※インターネット計（「その他インターネット」+「住宅リフォーム推進協議会のホームページ」+「SNS」+「国土交通省のホームページ」+「動画サイト」の合計）  
 ※テレビ・ラジオ計（「テレビ」+「ラジオ」の合計）  
 ※「実施者 全体」のスコアで降順ソート

# 回答リフォーム事業者の実態①

今年度の回答事業者の業種は、全体では「工務店」、「リフォーム専門」の回答割合が上昇した。最も割合の高い業種は「工務店」（全体48.9%/不動産除く全体54.1%）となっている。事業者の年間売上高については1億円以上の割合がやや増加。

- 回答リフォーム事業者の業種は「工務店」（全体48.9%/不動産除く全体54.1%）の割合が最も高く、次いでリフォーム専門（全体18.8%/不動産除く全体20.8%）となった。デベロッパー・不動産は前回調査より下降した。[図11-1]
- 回答リフォーム事業者の本社所在地は「関東」（34.3%/前回33.2%）、「東海」（12.7%/前回12.5%）、「関西」（12.2%/前回12.1%）の順に高い。[図11-2]
- リフォーム工事の年間売上高の分布を事業者全体でみると、「1億円～5億円未満」（28.8%/前回25.7%）、「5億円以上」（11.9%/前回9.1%）となっており、前回と比較してやや高めに分布している様子が窺える。[図11-3]
- リフォーム年間工事件数は、100件以上の事業者（100件以上500件未満、500件以上1,000件未満、1,000件以上5,000件未満、5,000件以上）の割合が前回調査と比較して上昇した。[図11-4]

＜図11-1 事業者：業種＞ ※無回答を除いて算出



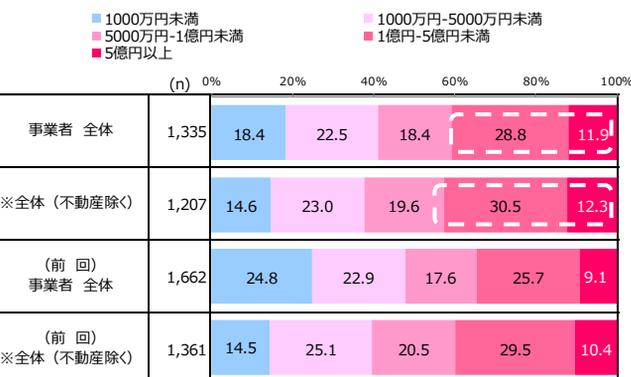
※「事業者 全体」のスコアで降順ソート  
※全体（不動産除く）は、業種「デベロッパー・不動産」の回答を除いたスコア

＜図11-2 事業者：本社所在地＞ ※無回答を除いて算出



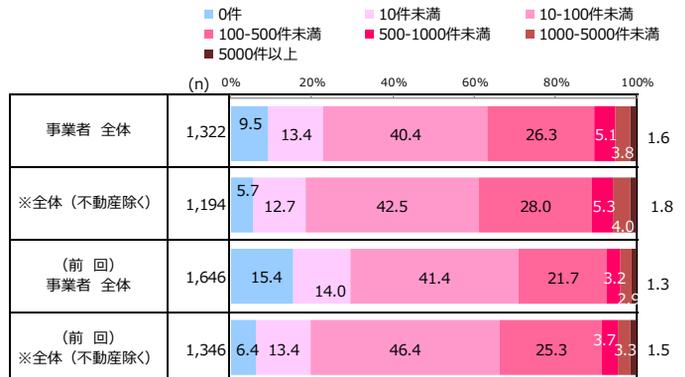
＜図11-3 事業者：リフォーム工事年間売上高＞

※無回答を除いて算出



＜図11-4 事業者：リフォーム年間工事件数＞

※無回答を除いて算出



# 回答リフォーム事業者の実態②

**リフォーム事業者実態調査の回答事業者のうち、インスペクションを実施している事業者は半数程度。保証書の発行は3割台半ばまで上昇した。「建築士事務所登録率」、「保証書の発行率」、「契約書の電子化推進状況」は従業員数が多い事業者になるほど割合が高まる。**

- ・リフォーム事業者実態調査の回答事業者のうち、インスペクションの実施割合は半数程度（事業者全体49.1%/不動産除く50.3%）。[図12-1]
- ・「保証書の発行率」は全体の35.1%が発行していると回答。前回調査の29.3%から5.8ポイント上昇。「リフォーム契約書の電子化推進状況」は、全体の30.8%がすでに電子化しているもしくは電子化を検討していると回答し、前回調査の26.5%から4.3ポイント上昇した。[図12-1]
- ・リフォーム事業者の従業員数別にみると、「建築士事務所登録率」、「保証書の発行状況」、「リフォーム契約書の電子化推進状況」は、従業員数の多い規模になるほど割合が高まる傾向が見られる。[図12-1]

<図12-1 事業者：回答リフォーム事業者の概要>

※無回答を除いて算出

		物件売買とセット リフォーム実施率	インスペクション実施率	建設業許可取得率	建築士事務所登録率	保証書の発行率	リフォーム契約書の電子化 推進状況
事業者 全体		34.5	49.1	91.4	61.2	35.1	30.8
※全体（不動産除く）		33.4	50.3	97.2	64.8	37.1	32.1
（前 回）全 体		36.7	46.0	82.0	54.6	29.3	26.5
（前 回）※全体（不動産除く）		36.5	51.1	95.1	63.7	33.1	29.7
（前々回）全 体		38.8	54.7	94.7	63.6	41.3	33.6
業種	ハウスメーカー	64.7	70.6	100.0	94.1	55.9	55.9
	デベロッパー・不動産	44.5	37.8	36.7	27.6	16.4	18.8
	リフォーム専業	31.5	51.2	96.0	54.2	62.0	45.6
	工務店	37.6	53.3	99.1	76.4	27.0	27.1
	専門工事業	12.7	39.7	93.8	27.1	41.7	32.0
	その他	26.5	38.5	92.6	56.7	29.2	24.6
従業員数別	5名以下	31.0	44.9	87.2	55.5	24.1	24.2
	6～10名以下	37.0	55.7	100.0	71.4	45.4	31.7
	11名以上	46.2	57.9	98.1	72.9	66.0	55.2

▼回答母数 (n=)		物件売買とセットで リフォーム実施する案件割 合 (Q5)	インスペクション実施割合 (Q6)	建設業許可取得状況 (Q8)	建築士事務所登録状況 (Q9)	保証書の発行状況 (Q11)	リフォーム契約書の電子化 推進状況 (Q13)
事業者 全体		1,323	1,319	1,334	1,329	1,318	1,328
※全体（不動産除く）		1,195	1,192	1,206	1,202	1,190	1,200
（前 回）全 体		1,647	1,640	1,655	1,656	1,646	1,654
（前 回）※全体（不動産除く）		1,347	1,339	1,354	1,355	1,346	1,354
（前々回）全 体		732	733	737	737	736	738
業種	ハウスメーカー	34	34	34	34	34	34
	デベロッパー・不動産	128	127	128	127	128	128
	リフォーム専業	251	248	252	251	250	252
	工務店	643	644	650	649	644	650
	専門工事業	126	126	129	129	127	125
	その他	136	135	136	134	130	134
従業員数別	5名以下	841	836	844	839	835	840
	6～10名以下	262	262	266	266	260	265
	11名以上	208	209	209	210	209	210

※1 物件売買とセットリフォーム実施率 (Q5) :リフォーム工事のうち、物件の売買とセットでリフォームする工事の案件の割合が「1割未満」～「8割以上」と回答した事業者の合計（無回答を除く）  
 ※2 インスペクション実施率 (Q6) :リフォーム工事の実施に当たって、インスペクションを実施する割合「1割未満」～「8割以上」と回答した事業者の合計（無回答を除く）  
 ※3 建設業許可取得率 (Q8) :「一般建設業許可あり」「特定建設業許可有り」のいずれかを選択した事業者の合計（無回答を除く）  
 ※4 建築士事務所登録率 (Q9) :「登録有（一級建築士事務所）」「登録有（二級建築士事務所）」「登録有（木造建築士事務所）」と回答した事業者の合計（無回答を除く）  
 ※5 保証書の発行率 (Q11) :「発行している」「一部の工事条件で発行している」の合計（無回答を除く）  
 ※6 リフォーム契約書の電子化推進状況 (Q13) :「すでに電子化を進めている」「電子化することを検討している」の合計（無回答を除く）