

「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7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16回目の実施、実施者については5回目の実施となります。

調査結果の概要

1.リフォーム実施者の約半数が初回リフォーム。初回リフォームの割合は世帯主年代別では20～30代が最も高い。

①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49.3%。前年度からやや割合は下降したものの、リフォーム実施層の約半数が初回リフォームであった。【P5 図1-1】

②初回リフォームの割合は世帯主年代別では20～30代（65.2%）が最も高く、住宅の築後年数別では「10年以上～20年未満」（69.3%）が最も高い割合となっている。【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53.2%/検討者53.4%）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半数以上となっている。【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34.0%）、検討者では「省エネ性能を高める」（検討者35.0%）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」（27.5%）の割合が最も高い。リフォーム箇所では水回りや居間の実施割合が高い。

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27.5%）、「設備の使い勝手が良くなること」（検討者23.7%）、「耐久性の向上が見込めること」（検討者21.6%）が上位。【P7 図3-1】

②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。【P7 図3-2】

4.実施者のリフォーム検討時の予算平均値は291万円。実際のリフォームにかかった平均費用は434万円。当初の予算を上回る傾向は前回に引き続きみられる。リフォーム平均費用は前回より上昇。

①リフォーム検討者の希望予算の平均は【277万円】、リフォーム実施者の検討時の予算は、【291万円】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）は平均【434.2万円】と前回平均より上昇した。

【P8 図4-1,4-2】

②予算を上回った理由は、「予定よりリフォーム箇所が増えた」（42.2%）、「設備を当初よりグレードアップした」（39.6%）の割合が最も高い傾向は変わらないものの、「予定よりリフォーム箇所が増えた」は前回から9.2ポイント下降した。「減税や補助制度を利用できることを知った」（12.2%）は前回より2.7ポイント上昇。【P9 図5-2】

5.リフォーム検討者はリフォームするにあたり、「リフォームの費用」や「施工が適正に行われるか」に不安を感じている。リフォーム実施者は事業者選定時には「担当者の対応・人柄」を重視する傾向がみられる。

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」（39.3%）、「施工が適正に行われるか」（31.4%）、「見積り相場の相場や適正価格がわからない」（30.5%）が上位に挙げられ、費用面や適正な施工に不安を持っていることが分かる。【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」（44.6%）の割合が最も高く、「工事の質・技術」（32.2%）、「工事価格の透明さ・明朗さ」（29.3%）と続く。

【P10 図6-2】

6.戸建てリフォーム層はハウスメーカーや工務店、マンションリフォーム層はリフォーム専門の利用割合が高い。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をリフォーム実施物件種別にみると、戸建てでは「全国規模のハウスメーカー」（25.3%）や「地元密着の工務店」（29.7%）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」（31.7%）や「全国規模のリフォーム専門」（17.5%）の割合が戸建てと比べて高い。世帯主年代別では、50代以上では「地域密着の事業者」の割合が高い傾向がみられる。【P11 図7-1】

②リフォーム事業者（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」（24.7%）、検討者では「テレビ」（29.5%）が最も高い。【P11 図7-2】

7.「物価高における光熱費の高騰」が影響したと回答した事業者は59.2%。

①事業者が感じている影響（相談件数やニーズの変化）は、「物価高における光熱費の高騰」が「かなり影響した」（17.7%）、「影響した」（41.5%）となった。「かなり影響した」と「影響した」を合わせると59.2%の事業者が影響したと感じていることがわかる。【P16 図12-1】

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25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 2024年 7月 24日～ 8月 7日
- 回答数 スクリーニング調査:31,115名
本調査 : 1,050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）
・25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 2024年 7月 24日～ 8月 7日
- 回答数 スクリーニング調査:30,000名
本調査 : 1,026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 2024年 7月 22日～ 8月 9日
- 回答数 1,662社（郵送：548社 インターネット：1,114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）2023年度調査/（前々回調査）2022年度調査

リフォーム事業者調査：（前回調査）2023年度調査/（前々回調査）2022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	25	88	80	63	65	60	3	46	43	40	41	42
	%	2.4	8.4	7.6	6.0	6.2	5.7	0.3	4.4	4.1	3.8	3.9	4.0
マンション	n	5	47	72	71	61	58	1	9	30	32	37	31
	%	0.5	4.5	6.9	6.8	5.8	5.5	0.1	0.9	2.9	3.0	3.5	3.0

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	46	63	66	53	49	88	20	43	40	35	36	68
	%	4.3	6.0	6.2	5.0	4.7	8.4	1.9	4.1	3.8	3.3	3.4	6.5
マンション	n	8	33	59	59	46	85	7	8	28	28	33	50
	%	0.8	3.2	5.6	5.6	4.4	8.1	0.6	0.8	2.6	2.6	3.1	4.8

▼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	57	77	75	60	60	60	29	40	40	38	38	38
	%	5.6	7.5	7.3	5.8	5.8	5.8	2.8	3.9	3.9	3.7	3.7	3.7
マンション	n	14	52	56	56	56	55	4	8	28	28	36	21
	%	1.4	5.1	5.5	5.5	5.5	5.4	0.4	0.8	2.7	2.7	3.5	2.0

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	42	56	70	57	48	88	23	42	39	35	34	75
	%	4.1	5.5	6.8	5.5	4.7	8.6	2.3	4.1	3.8	3.4	3.4	7.3
マンション	n	11	38	52	53	45	81	3	8	27	26	33	41
	%	1.0	3.7	5.1	5.2	4.4	7.9	0.3	0.8	2.6	2.5	3.2	4.0

・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

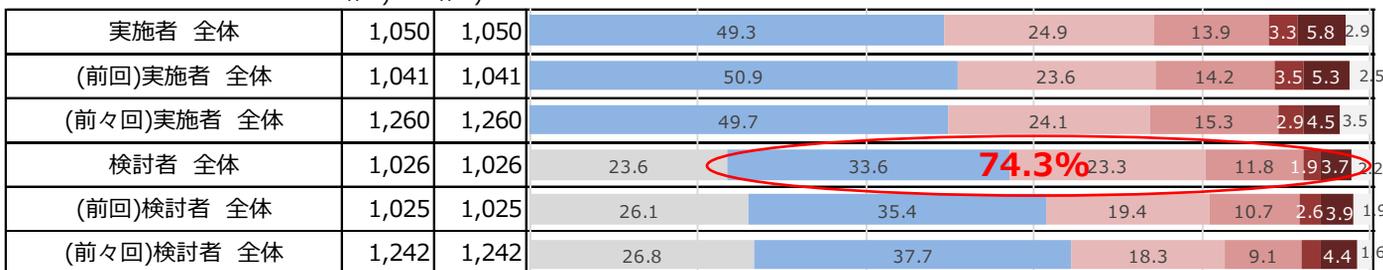
直近でリフォーム実施した層の約半数が初回リフォーム、リフォーム検討層では7割超がリフォーム経験あり。初回リフォームの割合は世帯主年代別では20~30代が最も高い。

- ・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49.3%。前年度からやや割合は下降したものの、リフォーム実施層の約半数が初回リフォームであった。[図1-1]
- ・現在3年以内にリフォームの検討をしている人については、現在検討中のリフォームが初回リフォームとなる人は23.6%で前年度の26.1%から2.5ポイント下降した。他方、2回目以上になる人が74.3%となっており、複数回リフォームを実施する(予定している)人の割合は2.3ポイント上昇。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ことが窺える。[図1-1]
- ・初回リフォームの割合は世帯主年代別では20~30代(65.2%)が最も高く、住宅の築後年数別では「10年以上~20年未満」(69.3%)が最も高い割合となっている。世帯主の年代が上がるにつれて、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>

■ リフォームしたことはない ■ 1回した ■ 2回した ■ 3回した ■ 4回した ■ 5回以上した ■ わからない

(WB前 n=) (WB後 n=) 0% 20% 40% 60% 80% 100%

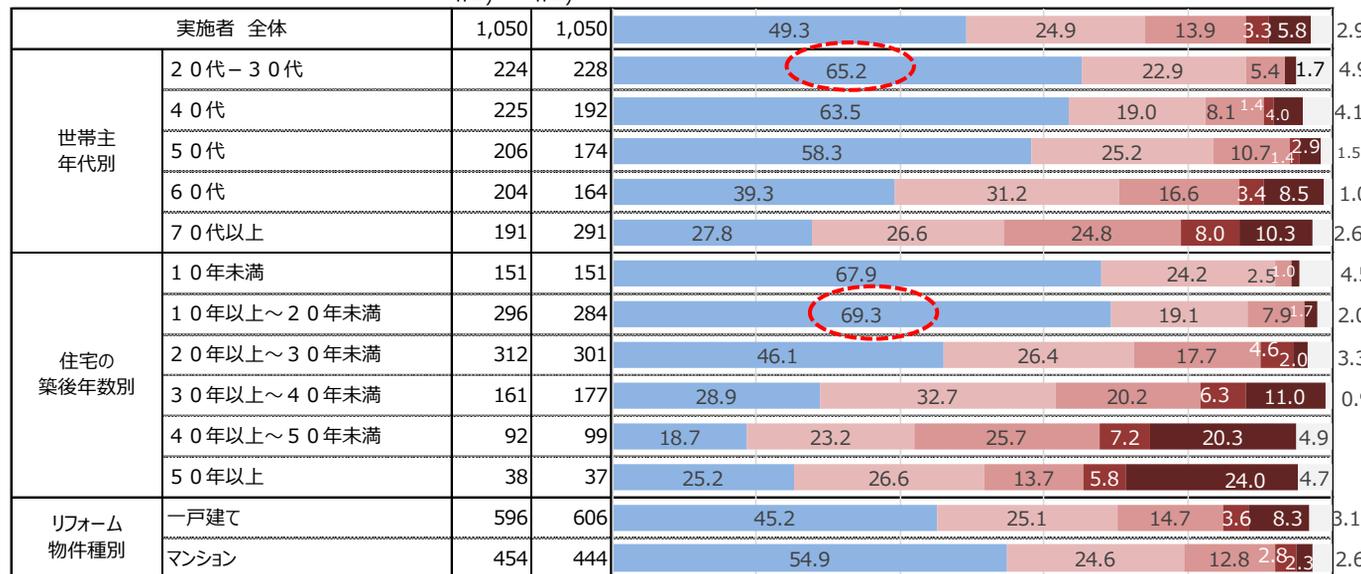


※実施者は「リフォームしたことはない」は非聴取

<図1-2 実施者：リフォーム実施回数>

■ 1回した ■ 2回した ■ 3回した ■ 4回した ■ 5回以上した ■ わからない

(WB前 n=) (WB後 n=) 0% 20% 40% 60% 80% 100%



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53.2%/検討者53.4%）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半数以上となっている。[図2-1]
- 世帯主年代別にみると、20代~40代では「居住者の生活様式の変化」、「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」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34.0%）、検討者では「省エネ性能を高める」（検討者35.0%）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、耐震性能、バリアフリー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	減税や補助制度が利用できたから	資産価値を高めたかったから	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	住宅ローンを完済し終えたから	その他
実施者全体	1,050	1,050	53.2	31.2	15.3	7.8	6.7	6.1	5.9	3.8	5.7
検討者全体	1,026	1,026	53.4	29.1	19.7	11.0	5.2	6.8	8.2	5.2	2.0
実施者_世帯主年代別											
20代~40代	449	420	38.6	31.8	23.3	11.8	9.2	9.0	12.8	3.3	5.4
50代以上	601	630	62.9	30.9	10.0	5.2	5.0	4.1	1.3	4.1	5.9
検討者_世帯主年代別											
20代~40代	407	348	36.5	30.5	32.1	10.9	6.8	10.1	20.5	7.2	1.1
50代以上	619	678	62.1	28.4	13.3	11.1	4.4	5.1	1.8	4.1	2.5

※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	耐震性能を高める	バリアフリーにする	防音、防災、防犯面を強化する	家事・育児がしやすい住宅にする、居室を増やす	健康増進や病氣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	大規模の修繕をする	複数世帯同居を実現する
実施者全体	1,050	1,050	34.0	28.5	13.9	13.9	11.6	11.2	10.4	6.5	5.2	4.5
検討者全体	1,026	1,026	28.1	35.0	20.3	21.3	15.6	12.1	13.4	7.2	4.6	6.5
(前回)実施者全体	1,041	1,041	40.4	23.4	11.1	12.7	8.7	4.5	9.5	3.9	7.0	2.6
(前回)検討者全体	1,025	1,025	40.1	24.5	13.9	16.3	9.0	3.4	11.6	4.8	7.9	2.9
(前々回)実施者全体	1,260	1,260	47.6	20.3	10.0	12.3	7.4	3.8	7.8	3.8	8.1	2.8
(前々回)検討者全体	1,242	1,242	49.7	19.1	11.1	12.7	8.7	2.7	9.1	4.2	6.9	2.3
実施者_世帯主年代別												
20代~40代	449	420	25.7	31.2	19.1	15.8	12.9	17.7	11.7	11.3	6.5	9.6
50代以上	601	630	39.5	26.7	10.5	12.6	10.8	6.8	9.5	3.2	4.4	1.2
検討者_世帯主年代別												
20代~40代	407	348	20.3	41.8	32.5	24.3	19.0	16.1	9.2	11.5	6.5	13.3
50代以上	619	678	32.1	31.5	14.1	19.7	13.9	10.0	15.6	5.0	3.6	3.0

※実施者全体のスコアで上位10項目を表示

6

実施者

検討者

リフォーム検討時/契約時の重視点とリフォーム箇所

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27.5%）の割合が最も高い。リフォーム箇所では水回りや居間の実施割合が高い。

- 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27.5%）、「設備の使い勝手が良くなること」（検討者23.7%）、「耐久性の向上が見込めること」（検討者21.6%）が上位となっている。[図3-1]
- リフォーム実施物件別にみると、一戸建てリフォーム予定層では「耐震性の向上が見込めること」（一戸建て21.9%、マンション8.3%）の割合が全体やマンションリフォーム層と比べて高く、マンションリフォーム層では「設備の使い勝手が良くなること」（一戸建て18.4%/マンション31.5%）を重視している割合が高い傾向。[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]

<図3-1 検討者：リフォームの重視点※予算以外>

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	省エネ性の向上が見込めること	設備の使い勝手が良くなること	耐久性の向上が見込めること	バリアフリーにできること	耐震性の向上が見込めること	掃除がしやすくなること	間取りの使い勝手が良くなること	健康への配慮がなされていること	デザインの良さ	最新機能の設備を活用できること
検討者全体	1,026	1,026	27.5	23.7	21.6	19.6	16.3	15.4	11.5	11.2	10.8	10.2
(前回)検討者全体	1,025	1,025	20.7	27.0	18.1	12.3	9.2	21.7	13.6	9.8	13.2	12.9
(前々回)検討者全体	1,242	1,242	16.3	34.7	22.4	11.6	9.1	23.3	13.6	9.9	16.2	16.3
リフォーム実施物件種別												
一戸建て	612	608	29.4	18.4	24.1	19.0	21.9	11.2	7.4	9.7	7.2	7.4
マンション	414	418	24.6	31.5	17.8	20.4	8.3	21.6	17.4	13.5	16.0	14.2
世帯主年代別												
20代～40代	407	348	29.0	12.1	19.1	21.9	24.4	7.4	10.3	5.6	8.7	6.7
50代以上	619	678	26.7	29.7	22.8	18.4	12.2	19.6	12.1	14.1	11.9	12.0

※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）>

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	トイレ・便所	浴室・洗面所	キッチン・調理室	リビング・居間	外壁（バルコニー、庇を含む）	ダイニング・食堂	屋根（屋上含む）	設備	内壁（間仕切り壁も含む）	窓・サッシ
実施者全体	1,050	1,050	52.0	46.6	36.0	30.7	24.8	22.0	18.9	13.9	13.5	13.1
検討者全体	1,026	1,026	34.4	42.4	37.6	31.3	15.4	21.2	12.8	9.6	9.0	14.6
(前回)実施者全体	1,041	1,041	48.4	45.9	36.8	33.6	24.6	22.8	18.3	15.3	14.3	15.4
(前回)検討者全体	1,025	1,025	32.4	39.8	36.7	32.4	15.4	22.4	11.9	9.0	10.6	16.3
実施者												
リフォーム実施物件種別												
一戸建て	596	606	44.3	37.6	29.4	29.0	40.5	19.3	32.4	14.4	10.1	14.5
マンション	454	444	62.5	58.8	45.0	33.0	3.4	25.7	0.7	13.1	18.2	11.1
世帯主年代別												
20代～40代	449	420	38.2	34.1	30.1	33.9	15.8	21.4	9.2	9.9	10.8	9.6
50代以上	601	630	61.3	54.9	40.0	28.6	30.8	22.4	25.5	16.5	15.3	15.4
検討者												
リフォーム実施物件種別												
一戸建て	612	608	30.4	38.5	31.9	26.3	26.0	19.8	21.6	8.8	7.3	14.7
マンション	414	418	40.1	48.2	46.0	38.6	0.0	23.3	0.0	10.8	11.6	14.3
世帯主年代別												
20代～40代	407	348	29.1	33.5	30.8	40.1	10.5	27.7	8.2	10.8	9.1	14.1
50代以上	619	678	37.1	47.0	41.1	26.8	18.0	17.9	15.2	9.0	9.0	14.8

※実施者全体のスコアで上位10項目を表示

7

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291万円。実際のリフォームにかかった平均費用は434万円。当初の予算を上回る傾向は前回に引き続きみられる。リフォーム平均費用は前回より上昇。

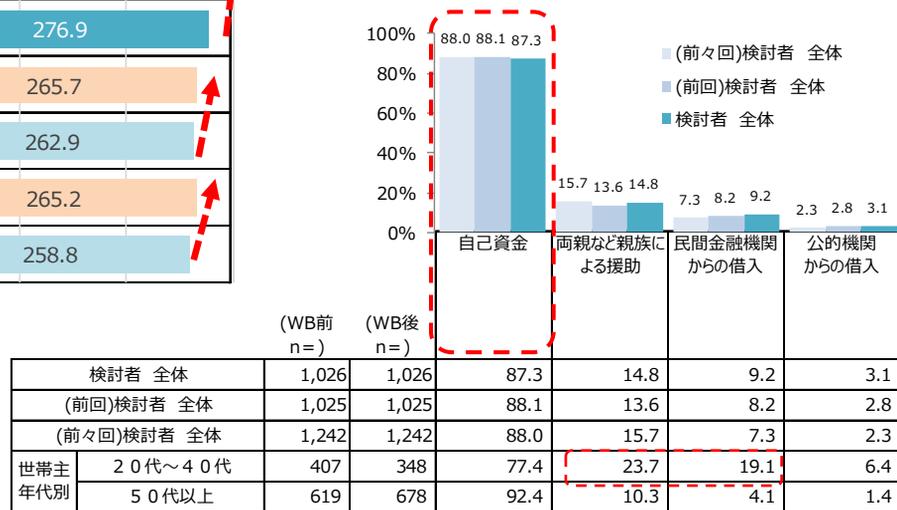
- ・リフォーム検討者の希望予算の平均は【277万円】、リフォーム実施者の検討時の予算は、【291万円】でともに前回より上昇。実際にかかった費用（補助金を含む）は平均【434.2万円】と前回平均より上昇した。[図4-1,4-2]
- ・リフォームにかかった費用の平均を世帯主年代別で見ると、50代以上の【282万円】に対して、20代~40代では【663万円】と高くなる。平均費用の内訳をみると、20代~40代は自己資金（421万円）、借入金（202万円）、補助金（39万円）となっており、すべて50代以上を上回っている。[図4-2]
- ・検討者のリフォーム時の予定資金源では「自己資金」が87.3%で前回同様大半を占める。20代~40代では「両親など親族による援助」や「民間金融機関からの借入」の割合が高く、複数の資金源を元に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 100万円 200万円 300万円

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	平均値
実施者 全体	1,050	1,050	290.7
検討者 全体	1,026	1,026	276.9
(前回)実施者 全体	1,041	1,041	265.7
(前回)検討者 全体	1,025	1,025	262.9
(前々回)実施者 全体	1,260	1,260	265.2
(前々回)検討者 全体	1,242	1,242	258.8

<図4-3 検討者：リフォーム時の予定資金源>



<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

	(WB前 n=)	(WB後 n=)	自己資金	借入金	補助金	合算値
実施者 全体	1,050	1,050	320.8	94.7	18.7	434.2
(前回)実施者 全体	1,041	1,041	272.2	60.6	14.8	347.6
(前々回)実施者 全体	1,260	1,260	294.4	77.0	19.0	390.4
世帯主年代別						
20代~40代	449	420	421.3	202.2	39.1	662.6
50代以上	601	630	253.8	23.0	5.1	281.9

リフォーム予算・費用②

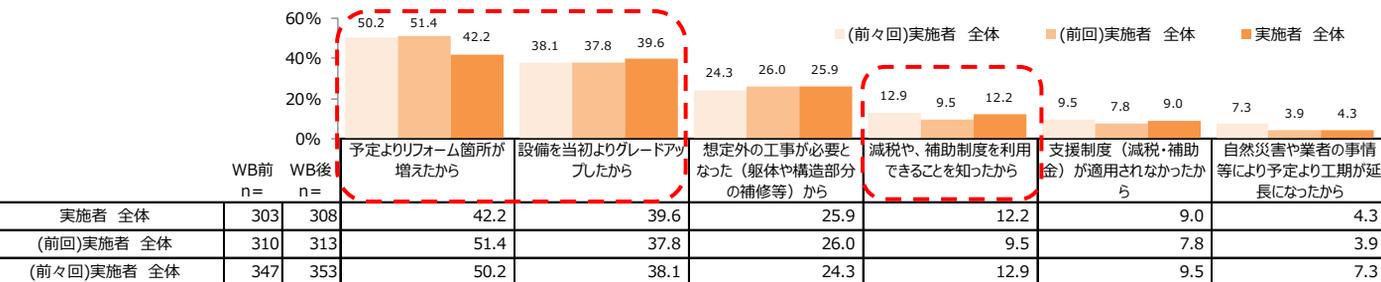
リフォームにかかった費用について、予算を上回ったと回答した層は約3割。上回った理由はリフォーム箇所の増加や設備のグレードアップが前年と同様に高い。

- 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47.5%と前年度からやや上昇、「予算を上回った」は29.3%と前年度から下降。「予算を下回った」は11.5%と前年度より上昇。[図5-1]
- 予算を上回った理由は、「予定よりリフォーム箇所が増えた」(42.2%)、「設備を当初よりグレードアップした」(39.6%)の割合が最も高い傾向は変わらないものの、「予定よりリフォーム箇所が増えた」は前回から9.2ポイント下降した。「減税や補助制度を利用できることを知った」(12.2%)は前回より2.7ポイント上昇。[図5-2]
- 設備をグレードアップした層では、「トイレ・便所」(66.2%)、「浴室・洗面所」(61.3%)の割合が高まる。予定よりリフォーム箇所が増えた層では、「リビング・居間」(49.8%)、「窓・サッシ」(24.6%)の割合が設備をグレードアップした層と比べて高まる。[図5-3]

＜図5-1 実施者：予算と実際の費用の乖離＞

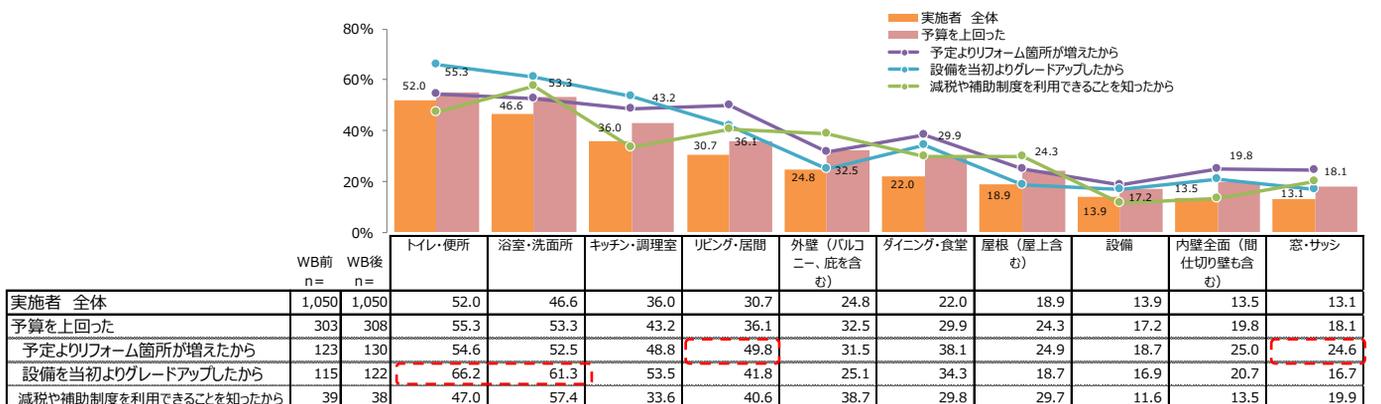


＜図5-2 実施者：予算を上回った理由＞ ※かかった費用が予算を上回った人ベース



＜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

実施者

検討者

リフォームの不安な点、事業者選定時重視点

リフォーム検討者はリフォームするにあたり、「リフォームの費用」や「施工が適正に行われるか」に不安を感じている。リフォーム実施者は事業者選定時には「担当者の対応・人柄」を重視する傾向がみられる。

- 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」(39.3%)、「施工が適正に行われるか」(31.4%)、「見積りの相場や適正価格がわからない」(30.5%)が上位に挙げられ、費用面や適正な施工に不安を持っていることが分かる。[図6-1]
- 世帯主年代別では、50代以上では「費用がかかる」や「施工が適正に行われるか」、「見積りの相場や適正価格がわからない」の割合が20代～40代に比べて高い傾向がみられる。[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」(44.6%)の割合が最も高く、「工事の質・技術」(32.2%)、「工事価格の透明さ・明朗さ」(29.3%)と続く。[図6-2]
- 契約事業者の規模別では、全国規模の企業と契約した実施者は、地元密着の企業と契約した事業者と比べて「的確な情報提供力」(30.7%)の割合が高い。[図6-2]

<図6-1 検討者：リフォームするにあたり不安な点>

検討者	世帯主年代別	リフォーム実施物件種別	n		不安な点									
			(WB前)	(WB後)	費用がかかる	施工が適正に行われるか	見積りの相場や適正価格がわからない	リフォーム工事後の不具合への対応(アフターケア)	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	いろんな業者の特徴を比較しにくい	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	専門知識がなくて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			1,026	1,026	39.3	31.4	30.5	29.6	25.8	21.1	18.9	17.4	15.0	14.8
(前回)検討者全体			1,025	1,025	39.1	29.4	31.9	29.6	22.5	20.6	16.5	15.2	16.4	14.0
(前々回)検討者全体			1,242	1,242	42.6	36.5	35.5	31.3	28.0	19.3	20.6	12.6	15.5	14.3
リフォーム実	世帯主年代別	一戸建て	612	608	38.2	27.2	28.8	28.8	23.5	22.4	18.7	17.0	14.8	12.4
		マンション	414	418	41.1	37.6	32.9	30.8	29.0	19.1	19.1	18.1	15.3	18.4
		20代～40代	407	348	30.0	19.1	20.8	25.5	16.9	23.6	18.8	17.7	17.0	17.3
	50代以上	619	678	44.1	37.7	35.4	31.8	30.3	19.8	18.9	17.3	14.0	13.6	

※「検討者 全体」のスコアで上位10項目を表示

<図6-2 実施者：事業者選定時重視点>

実施者	世帯主年代別	契約事業者の規模別	n		重視点									
			(WB前)	(WB後)	担当者の対応・人柄	工事の質・技術	工事価格の透明さ・明朗さ	工事価格が安いこと	要望に対する理解力	的確な情報提供力	アフターサービス	会社の信用・知名度・評判・実績	提案力	地元の業者
実施者全体			988	986	44.6	32.2	29.3	26.8	25.4	24.9	18.9	18.1	18.0	17.8
(前回)実施者全体			1,041	1,041	25.8	23.1	14.7	21.0	11.0	10.3	6.1	7.9	10.4	10.3
(前々回)実施者全体			1,260	1,260	27.3	22.9	16.5	23.6	10.7	9.3	6.7	7.7	8.5	8.6
契約事業者の規模別	全国規模の企業	413	401	39.3	30.1	23.1	20.9	24.0	30.7	17.9	22.6	21.7	4.1	
	地元密着の企業	575	584	48.2	33.7	33.5	30.8	26.3	21.0	19.5	15.0	15.5	27.2	
世帯主年代別	20代～40代	417	385	36.0	30.0	26.7	28.8	22.8	28.7	19.5	14.6	21.6	15.4	
	50代以上	571	601	50.1	33.6	30.9	25.4	27.0	22.6	18.5	20.3	15.7	19.3	

※今回調査は契約事業者不明を除いて聴取。前回、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

10

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

戸建てリフォーム層はハウスメーカーや工務店、マンションリフォーム層はリフォーム専門の利用割合が高い。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をリフォーム実施物件種別にみると、一戸建てでは「全国規模のハウスメーカー」(25.3%)や「地元密着の工務店」(29.7%)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」(31.7%)や「全国規模のリフォーム専門」(17.5%)の割合が一戸建てと比べて高い。世帯主年代別では、50代以上では「地域密着の事業者」の割合が高い傾向がみられる。[図7-1]
- リフォーム事業者(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」(24.7%)、検討者では「テレビ」(29.5%)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25.0%、検討者33.7%となり、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>

実施者	全体	(WB前 n=)	(WB後 n=)	情報入手方法 (%)						全国規模計	地域密着計
				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	地元密着の工務店	地元密着のリフォーム専門	地域密着 その他		
実施者	全体	1,050	1,050	20.6	16.1	1.6	27.2	25.7	2.8	38.2	55.6
	(前回)実施者 全体	1,041	1,041	19.3	14.6	1.4	32.2	21.7	2.4	35.3	56.4
	(前々回)実施者 全体	1,260	1,260	18.0	15.6	2.1	32.5	21.9	2.9	35.7	57.4
リフォーム実施物件種別	一戸建て	596	606	25.3	15.0	0.9	29.7	21.3	2.6	41.2	53.6
	マンション	454	444	14.1	17.5	2.5	23.6	31.7	3.0	34.1	58.3
世帯主年代別	20代~40代	449	420	26.6	22.1	1.3	21.5	18.1	1.9	50.1	41.5
	50代以上	601	630	16.6	12.1	1.7	30.9	30.8	3.4	30.3	65.1

<図7-2 実施者・検討者：リフォーム事業者の情報入手方法>

実施者	実施者 全体	検討者 全体	情報入手方法 (%)																				
			いつも工事を依頼している業者	チラシや広告誌	営業マン(不動産会社又はリフォーム事業者)	友人・知人	テレビ(テレビ番組・テレビCM等)	その他インターネット(ポータルサイト、ホームページなど)	企業のショールーム	カタログ	住宅リフォーム推進協議会のホームページ	雑誌(月刊誌・リフォーム雑誌・住宅雑誌)	新聞	増改築相談員・マンションリフォームマネージャー	SNS(X:旧Twitter, Instagram, Facebook)	設計士・インテリアコーディネーター	国土交通省のホームページ	動画サイト(YouTube等)	自治体等の公的機関相談窓口	ラジオ	セミナー・講習会	インターネット計	
実施者	全体	1,050	1,050	24.7	17.2	16.0	15.9	14.8	14.3	13.5	9.5	8.5	6.1	5.0	4.8	4.7	4.2	4.1	3.7	3.1	3.0	1.6	25.0
検討者	全体	1,026	1,026	22.7	20.8	10.0	15.1	29.5	16.7	15.4	15.2	13.2	10.0	12.8	3.5	6.2	4.4	6.2	8.3	2.8	7.0	1.8	33.7
実施者	契約事業者の規模別	413	401	18.2	17.1	18.4	6.4	27.0	14.3	15.2	16.7	10.6	10.4	8.5	5.7	8.4	7.5	6.5	6.1	3.8	6.8	3.2	28.0
	全国規模	575	584	30.7	18.5	15.1	21.1	6.9	15.1	13.4	5.4	7.7	3.8	2.8	4.4	2.4	2.0	2.9	2.4	3.0	0.8	0.7	24.1
	地元密着	449	420	16.6	16.0	13.1	17.3	24.1	16.0	11.8	14.0	15.7	10.8	7.1	8.0	10.6	6.9	8.6	6.4	6.1	6.8	2.8	34.7
	20代~40代	601	630	30.2	18.0	18.0	15.0	8.7	13.2	14.7	6.6	3.8	2.9	3.6	2.6	0.8	2.4	1.1	1.9	1.1	0.5	0.7	18.5
世帯主年代別	20代~40代	407	348	13.2	16.7	7.4	9.9	41.4	15.7	11.8	15.4	17.8	13.4	15.6	4.9	11.9	4.9	10.8	11.9	4.9	11.8	4.1	38.6
	50代以上	619	678	27.6	22.9	11.3	17.8	23.4	17.2	17.3	15.2	10.8	8.2	11.3	2.7	3.3	4.1	3.9	6.4	1.7	4.6	0.7	31.2

※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。)

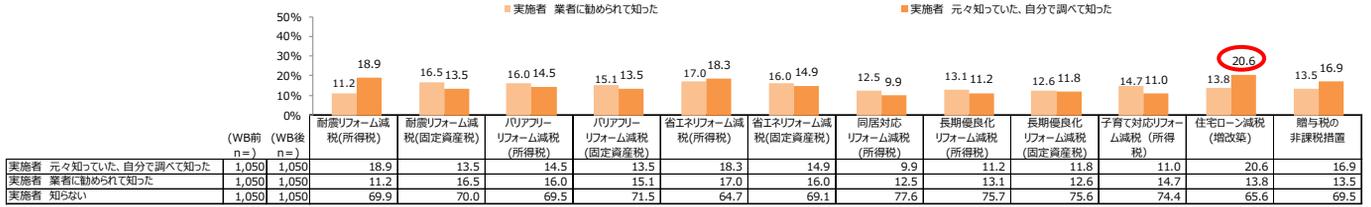
※「実施者 全体」のスコアで降順ソート

11

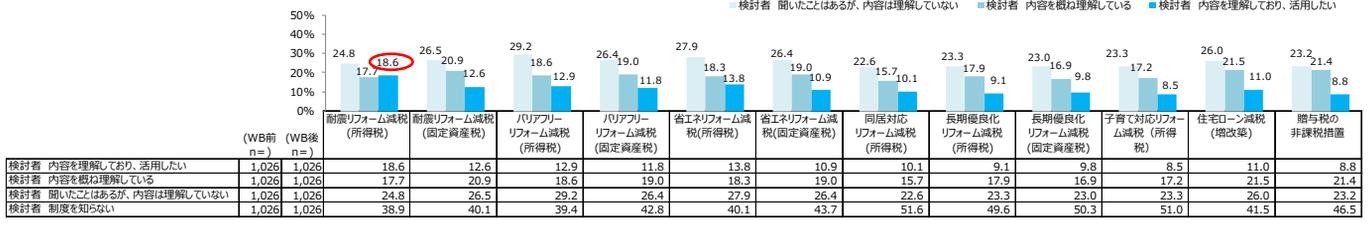
税制優遇措置の認知度は実施者では「住宅ローン減税（増改築）」について「元々知っていた、自分で調べて知った」の割合が他制度と比べて高い。事業者の税制優遇制度の問い合わせ状況は従業員数が多いほど「受けたことがある」の割合が高まる。

- リフォームに関する税制優遇措置で認知状況を見ると、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」（20.6%）が他制度と比べて高い。[図8-1]
- リフォーム検討者では、「内容を理解しており、活用したい」制度として「耐震リフォーム減税（所得税）」が18.6%と最も高い。[図8-2]
- リフォーム事業者では業種別にみると、リフォーム専門、ハウスメーカー、工務店では半数以上が優遇制度の問合せを「受けたことがある」と回答。従業員数11名以上の事業者では問合せを受けたことがある事業者の割合が66.2%となっており、事業規模の大きい事業者では、取扱件数も多く、消費者からの問合せも増加すると考えられる。[図8-4]

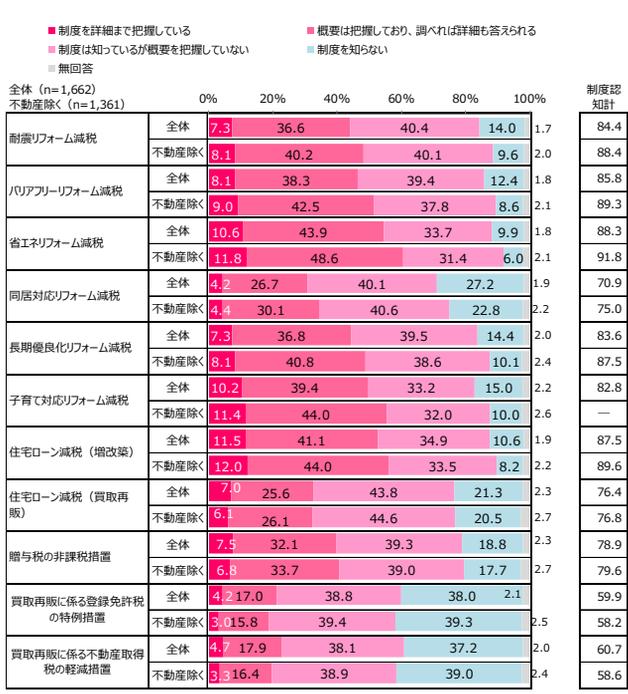
<図8-1 実施者：税制優遇措置の認知状況>



<図8-2 検討者：税制優遇措置の認知状況・活用意向>

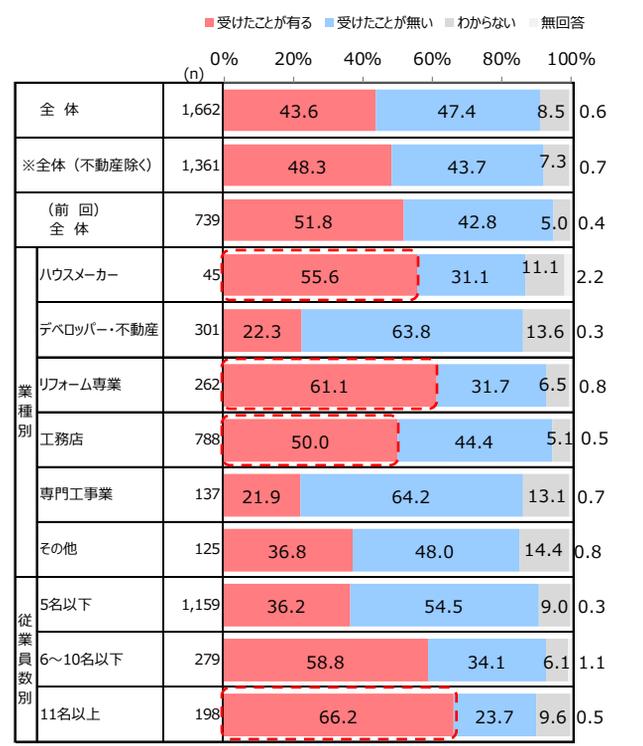


<図8-3 事業者：税制優遇措置の認知・理解度>



※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8-4 事業者：税制優遇制度の問合せ状況>



※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

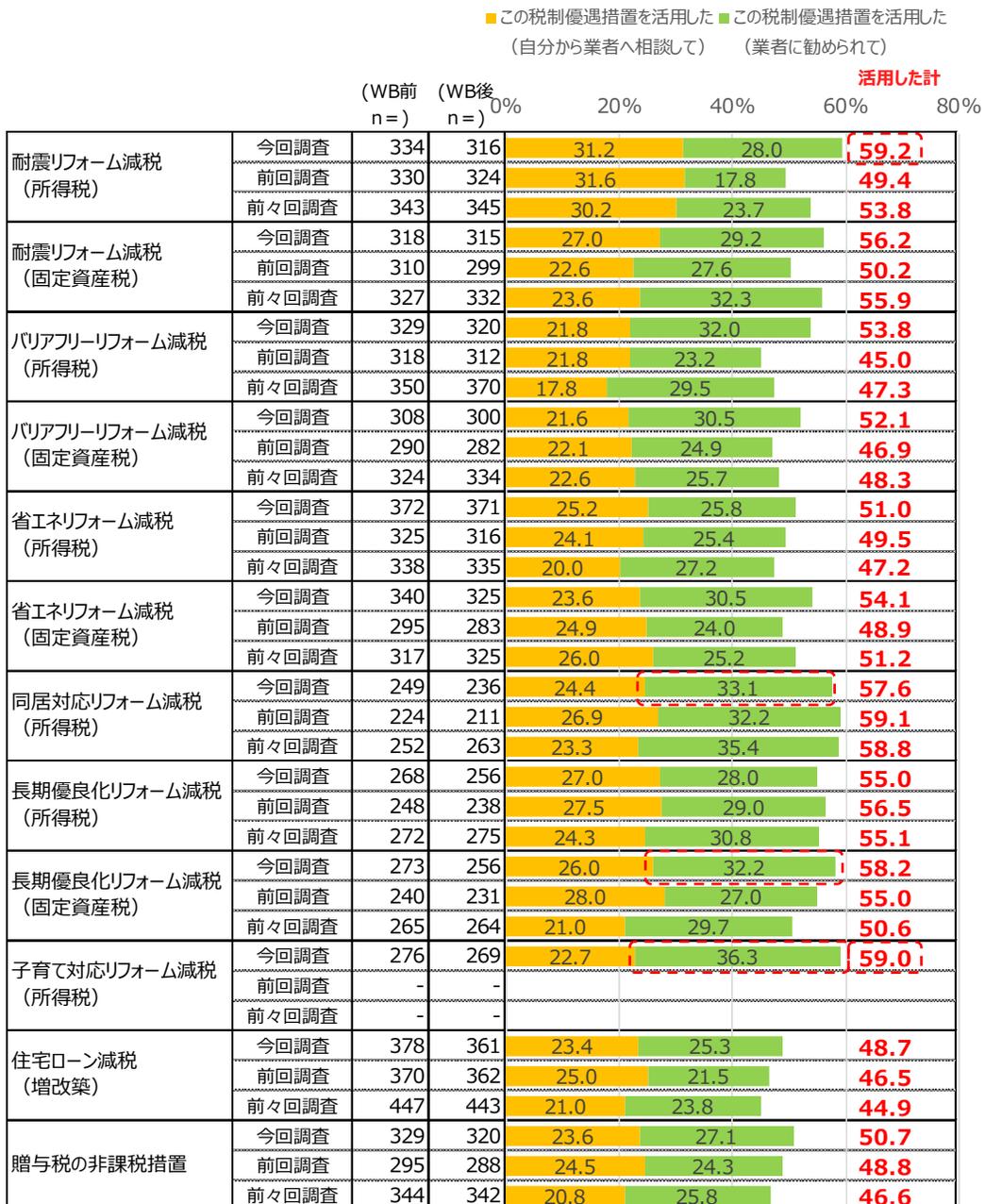
税制優遇措置の活用率

実施者の税制優遇措置の活用率（各税制認知者ベース）は、住宅ローン減税（増改築）を除いて、いずれの制度も5割以上となった（今回調査）。制度認知者の活用度が特に高かった制度は耐震リフォーム減税（所得税）、子育て対応リフォーム減税（所得税）。

- ・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、耐震リフォーム減税（所得税）（59.2%）、子育て対応リフォーム減税（所得税）（59.0%）で各制度の認知者の6割弱が活用したと回答している。[図9-1]
- ・今回調査での各制度の活用率は住宅ローン減税（増改築）を除く全ての制度で5割以上となった。[図9-1]
- ・「同居対応フォーム減税（所得税）」、「長期優良化リフォーム減税（固定資産税）」、「子育て対応リフォーム減税（所得税）」は業者から勧められて活用した割合が他制度と比べて高い。[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

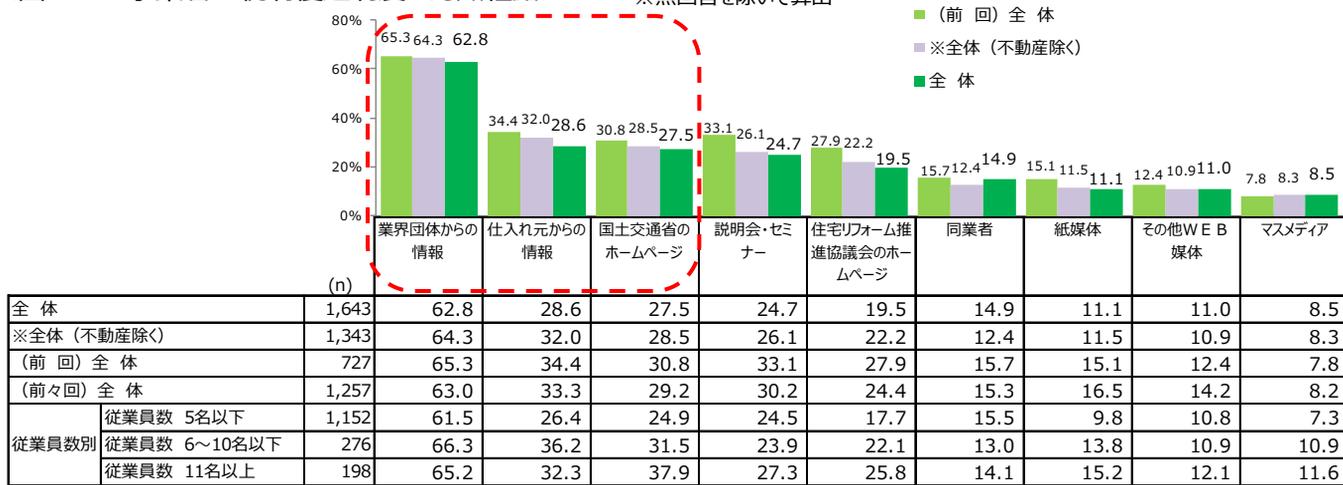


※子育て対応リフォーム減税（所得税）は前回、前々回は非聴取

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）」（62.8%）、「仕入れ元からの情報（商談時の会話、ツール提供等）」（28.6%）、「国土交通省のホームページ」（27.5%）の割合が上位となっており、団体や取引先を中心に情報を入手している様子が窺える。[図10-1]
- 消費者では実施者、検討者ともに「テレビ」（実施者33.2%、検討者38.8%）の割合が高い。また、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36.9%、検討者39.3%となっており、メディアやインターネット媒体からの情報発信が認知度向上に有効な役割を果たすと考えられる。[図10-2]
- 世帯年代別でみると、実施者・検討者ともに50代以上に比べて20代～40代では多くの認知経路を回答している傾向がみられ、多数の情報経路を活用している様子が窺える。他方で50代以上の検討者では、「新聞」や「友人・知人」の割合が20代～40代に比べて高い傾向がみられる。[図10-2]

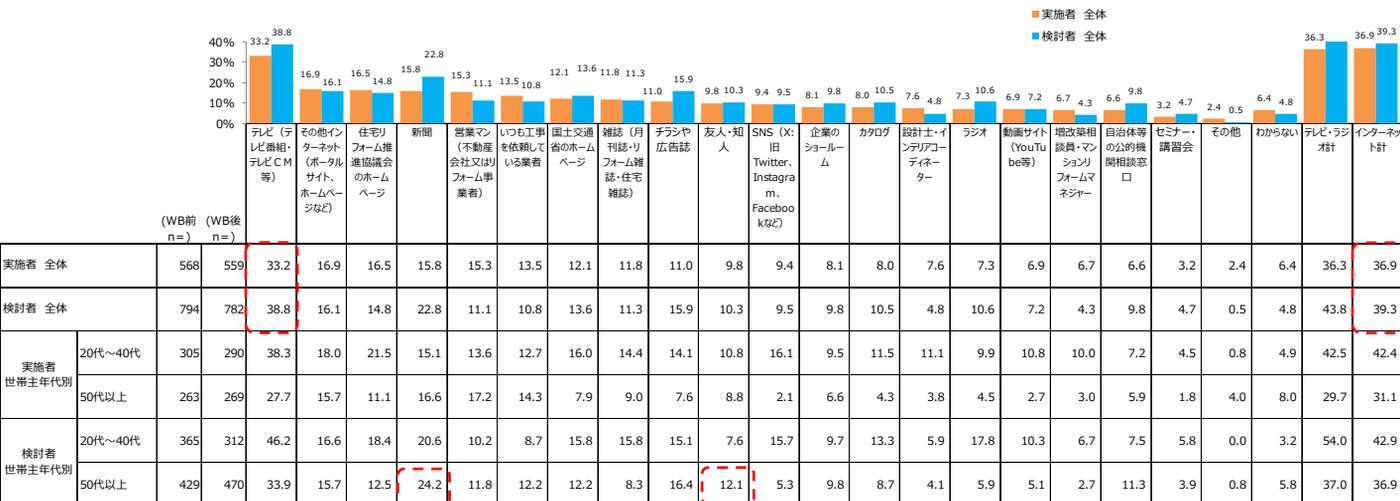
＜図10-1 事業者：税制優遇制度の認知経路＞



※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＞ ※いずれかの税制認知者ベース



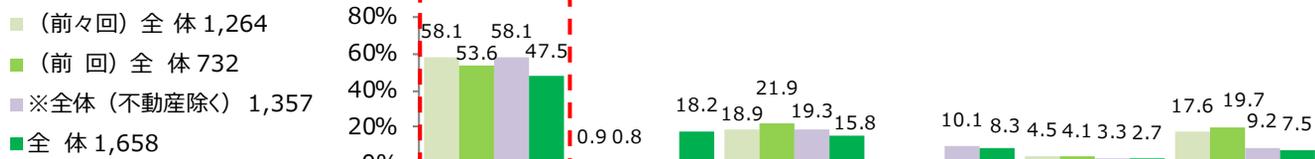
※インターネット計（「その他インターネット」+「住宅リフォーム推進協議会のホームページ」+「SNS」+「国土交通省のホームページ」+「動画サイト」の合計）
 ※テレビ・ラジオ計（「テレビ」+「ラジオ」の合計）
 ※「実施者 全体」のスコアで降順ソート

回答リフォーム事業者の実態①

今年度の回答事業者は、業種「デベロッパー・不動産」の回答が増加した。最も割合の高い業種は「工務店」の47.5%で前回と比較すると6.1ポイント減少も「デベロッパー・不動産」を除いて比較すると前々回並みの水準となっている。

- 回答リフォーム事業者の業種は「工務店」が47.5%で最も高いものの、前回調査と比べて6.1ポイント下降も今年度増加したデベロッパー・不動産の回答を除いて比較すると4.5ポイント増加し前々回並みの水準。[図11-1]
- 回答リフォーム事業者の本社所在地は「関東」(33.2%/前回31.7%)、「東海」(12.5%/前回11.7%)、「関西」(12.1%/前回11.2%)の順に高い。[図11-2]
- リフォーム工事の年間売上高の分布は、事業者全体(不動産を除く)でみると、「1億円~5億円未満」(29.5%/前回31.8%)、次いで「1,000万円~5,000万円未満」(25.1%/前回24.9%)となっており、概ね前回と同様の分布となっている。[図11-3]
- リフォーム年間工事件数は、事業者全体(不動産を除く)でみると、「10~100件未満」(46.4%/前回40.6%)の割合が最も高い。[図11-4]

<図11-1 事業者：業種> ※無回答を除いて算出



全体	1,658	47.5	18.2	15.8	8.3	2.7	7.5
※全体 (不動産除く)	1,357	58.1	0.0	19.3	10.1	3.3	9.2
(前回) 全体	732	53.6	0.8	21.9	*	4.1	19.7
(前々回) 全体	1,264	58.1	0.9	18.9	*	4.5	17.6

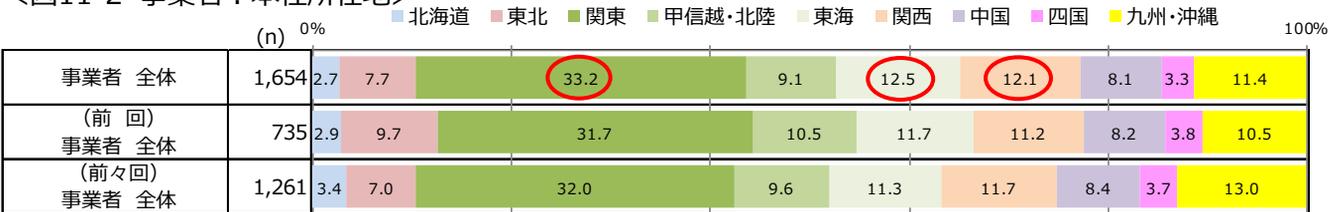
※デベロッパー・不動産は前回、前々回は「デベロッパー」で聴取

※専門工事業は前回、前々回は非聴取

※「事業者 全体」のスコアで降順ソート

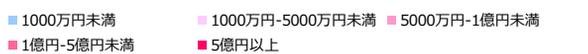
※全体 (不動産除く) は、業種「デベロッパー・不動産」の回答を除いたスコア

<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



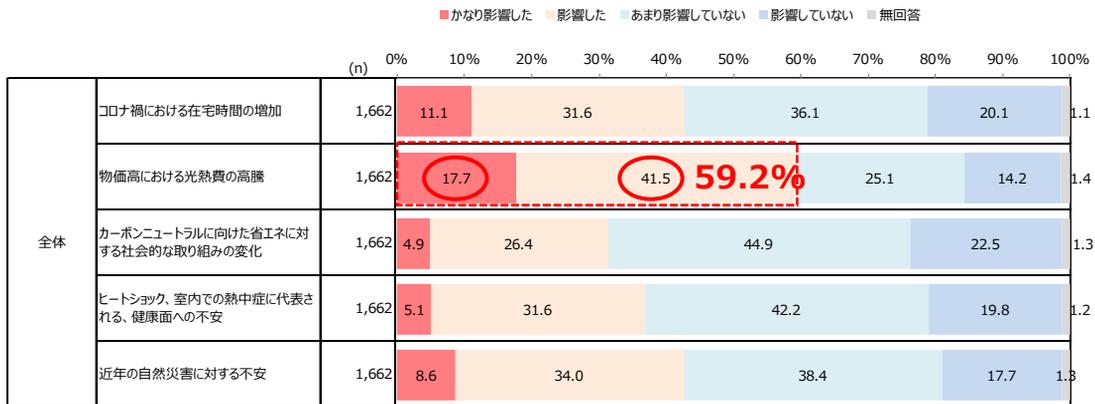
回答リフォーム事業者の実態②

相談件数やニーズの変化について、「物価高における光熱費の高騰」が影響したと回答した事業者は59.2%。

「建築士事務所登録率」、「保証書の発行率」は従業員数が多い事業者になるほど割合が高まる。

- 事業者が感じている影響（相談件数やニーズの変化）は、「物価高における光熱費の高騰」が「かなり影響した」（17.7%）、「影響した」（41.5%）となった。「かなり影響した」と「影響した」を合わせると59.2%の事業者が影響したと感じていることがわかる。[図12-1]
- 回答リフォーム事業者の傾向を見ると「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」は従業員数別でみると従業員数が多い事業者になるほど割合が高まる傾向がみられる。業種別では「保証書の発行率」は、リフォーム専業（61.8%）の割合が高い傾向。[図12-2]
- 「建設業許可取得率」は、リフォーム専業、工務店、専門工事業では9割を超える。[図12-2]

<図12-1 事業者：相談件数やニーズの変化>



<図12-2 事業者：回答リフォーム事業者の傾向>

※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	36.7	46.0	82.0	54.6	29.3	26.5	
※全体（不動産除く）	36.5	51.1	95.1	63.7	33.1	29.7	
業種	ハウスメーカー	62.2	68.9	100.0	84.4	37.8	51.1
	デベロッパー・不動産	37.3	23.3	23.3	14.0	12.3	12.0
	リフォーム専業	30.1	56.0	92.7	50.0	61.8	37.5
	工務店	42.0	54.7	98.7	74.6	24.3	27.2
	専門工事業	15.4	33.1	95.6	24.8	36.5	29.4
	その他	27.9	30.3	75.0	58.9	22.0	20.8
従業員数別	5名以下	34.3	40.0	75.6	46.7	20.4	21.2
	6~10名以下	42.1	61.5	97.1	69.4	43.1	33.5
	11名以上	43.4	59.1	97.0	79.3	63.3	47.2

▼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	1,647	1,640	1,655	1,656	1,646	1,654
※全体（不動産除く）	1,347	1,339	1,354	1,355	1,346	1,354
業種	ハウスメーカー	45	45	45	45	45
	デベロッパー・不動産	300	301	301	301	300
	リフォーム専業	259	259	262	262	259
	工務店	781	774	783	785	779
	専門工事業	136	136	137	137	136
	その他	122	122	124	124	123
従業員数別	5名以下	1,153	1,148	1,158	1,158	1,151
	6~10名以下	278	275	278	278	276
	11名以上	198	198	197	198	196

- ※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」「特定建設業許可あり」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）