



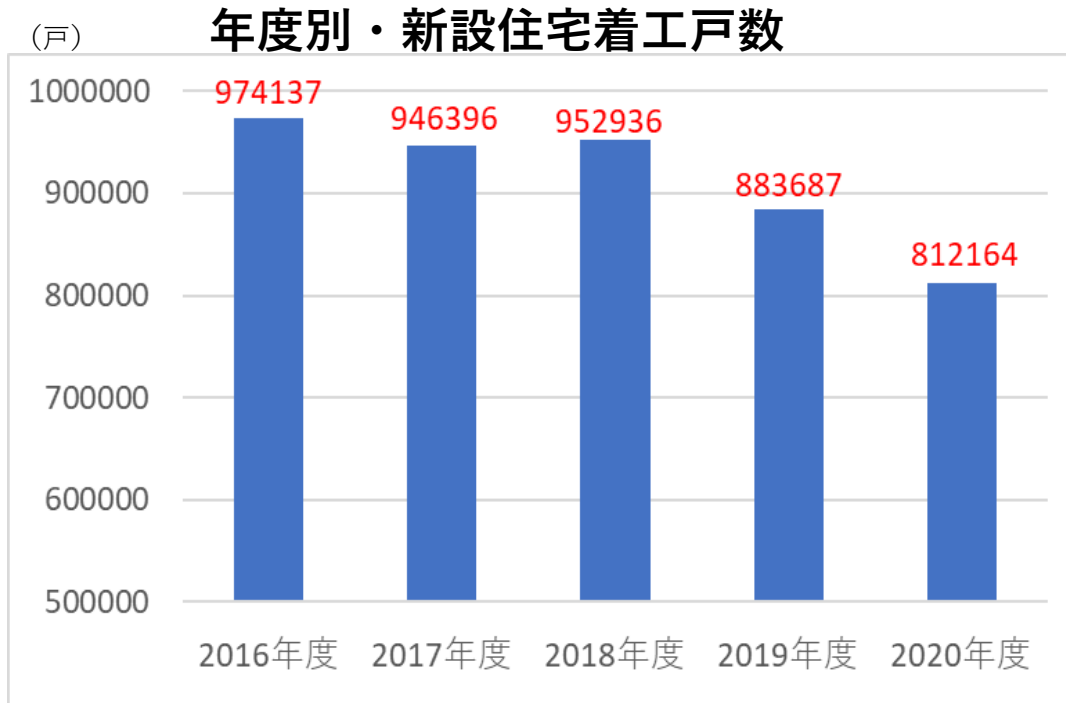
自社の強み～省エネ、耐震改修など～をネットで訴求 ～効果的な情報発信とポータルサイトの活用～

1. 住宅リフォーム市場の課題
2. インターネット時代に消費者に効果的に情報発信するには
3. リフォーム事業者検索サイト「リフォーム評価ナビ」の特長

1.住宅リフォーム市場の課題

住宅市場の構造変化とリフォーム需要

新築中心の時代は終わり、大量の空き家も存在



新築市場の終焉

2040年 推計

新設住宅着工 **46万戸** に
＜野村総合研究所、2021.6＞

大量の空き家の存在・活用の時代に 864万戸(13.6%) 8戸に1戸以上の空き家

政府もリフォーム倍増を目標に 12兆円(平成30年) → 14兆円(令和12年)
→ 20兆円 (長期的目標)

① 「社会環境の変化」の視点

- 目標1 「新たな日常」やDXの進展等に対応した新しい住まい方の実現
- 目標2 頻発・激甚化する災害新ステージにおける
安全な住宅・住宅地の形成と被災者の住まいの確保

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の実現
- 目標4 多様な世代が支え合い、高齢者等が健康で
安心して暮らせるコミュニティの形成とまちづくり
- 目標5 住宅確保要配慮者が安心して暮らせる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 脱炭素社会に向けた住宅循環システムの構築と
良質な住宅ストックの形成
- 目標7 空き家の状況に応じた適切な管理・除却・利活用の一体的推進
- 目標8 居住者の利便性や豊かさを向上させる住生活産業の発展

こどもみらい住宅支援事業

対象となる新築住宅

ZEH → 100万円

長期優良住宅等、高い省エネ性能等を有する住宅 → 80万円

断熱等性能等級4 かつ一次エネルギー消費量等級4 → 60万円

対象となるリフォーム

< 必須工事（次のいずれか） >

- (1) 開口部の断熱改修
- (2) 外壁、屋根・天井又は床の断熱改修
- (3) エコ住宅設備の設置

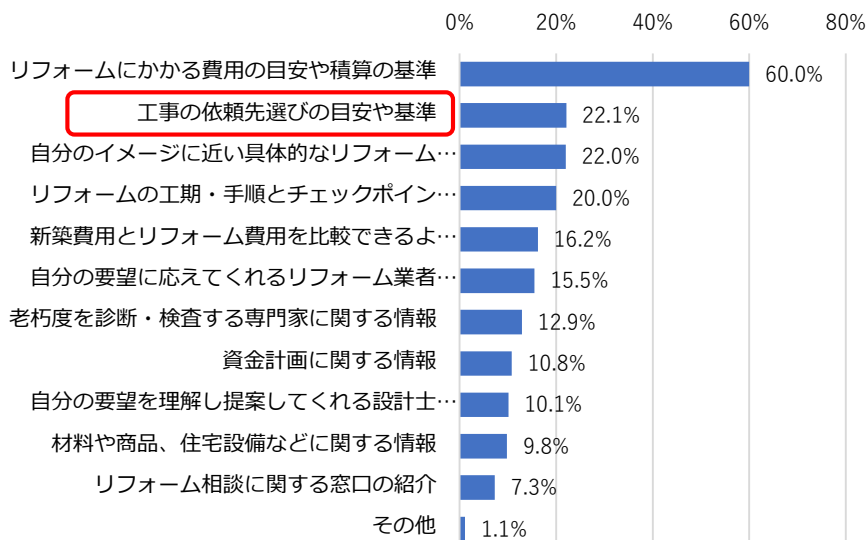
< 追加対象（任意） >

- (4) 子育て対応改修
- (5) 耐震改修
- (6) バリアフリー改修
- (7) 空気清浄機能・換気機能付きエアコンの設置
- (8) リフォーム瑕疵保険等への加入

補助額：
リフォーム工事内容
に応じて定める額
上限30万円／戸

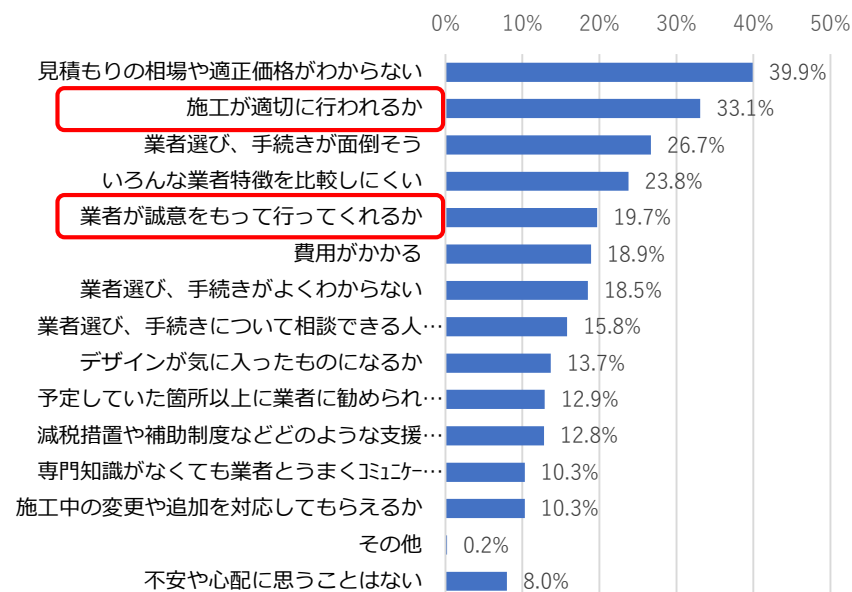
リフォーム市場の課題（消費者にとって）

消費者には知りたいことや不安・心配事が多いが・・・



知りたい情報

「工事の依頼先選びの目安や基準」



不安や心配事

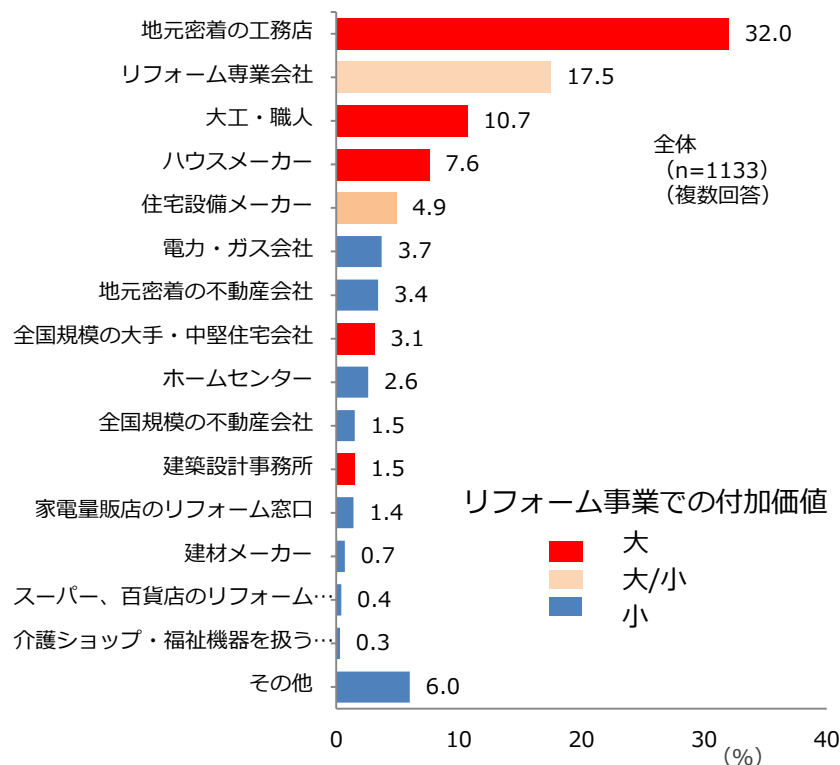
「施工が適切に行われるか」
「業者が誠意をもって行ってくれるか」

事業者についての適切な情報を提供する必要がある

リフォーム市場の課題（事業者にとって）

異業種からの参入や紹介ビジネスが増えているが・・・

リフォームの依頼先



- 異業種からの新規参入の増加
 - ・DIY店、家電量販店、ガス器具店など
 - ・不動産、デパート、損保会社など
 - ・アマゾン、楽天などのネット通販

- 元請の粗利は一般に30%以上

- 施工店の下請け化の進展
- 価格の信頼性にも問題が

消費者と事業者を
直接、結び付ける
必要がある

※日経BPコンサルティングの調査モニターを対象としたインターネット調査（2010年10月実施）
※この結果はリフォーム経験者に聞いたもの

健全なリフォーム市場の発展には環境整備が必要

社会全体にとって

- ・人口減・空き家増(14%)で新築からストック活用へのシフトが必要
- ・政府は「リフォーム・中古住宅流通の倍増」を目標
→ **リフォーム推進が急務**

消費者にとって

- ・リフォームには、不安と不満だらけ
- ・価格の妥当性がわからない
- ・事業者の信頼度がわからない
- ・悪徳リフォームの事件も
→ **依頼を見合わせる**

事業者にとって

- ・異業種からの相次ぐネット参入、下請け化
(中間マージンが発生)
- ・紹介ビジネスには手数料
(工事費の●%)
→ **担い手が失われる**

★消費者と事業者の「情報格差の解消」に着目

もし、信頼できる
リフォーム事業者の
検索サイトがあれば……

- ・ **口コミで選ぶ信頼の事業者**
- ・ 見積り合せて妥当な価格

+

- ・ **情報発信で元請け受注**
- ・ 直接契約で適正な価格



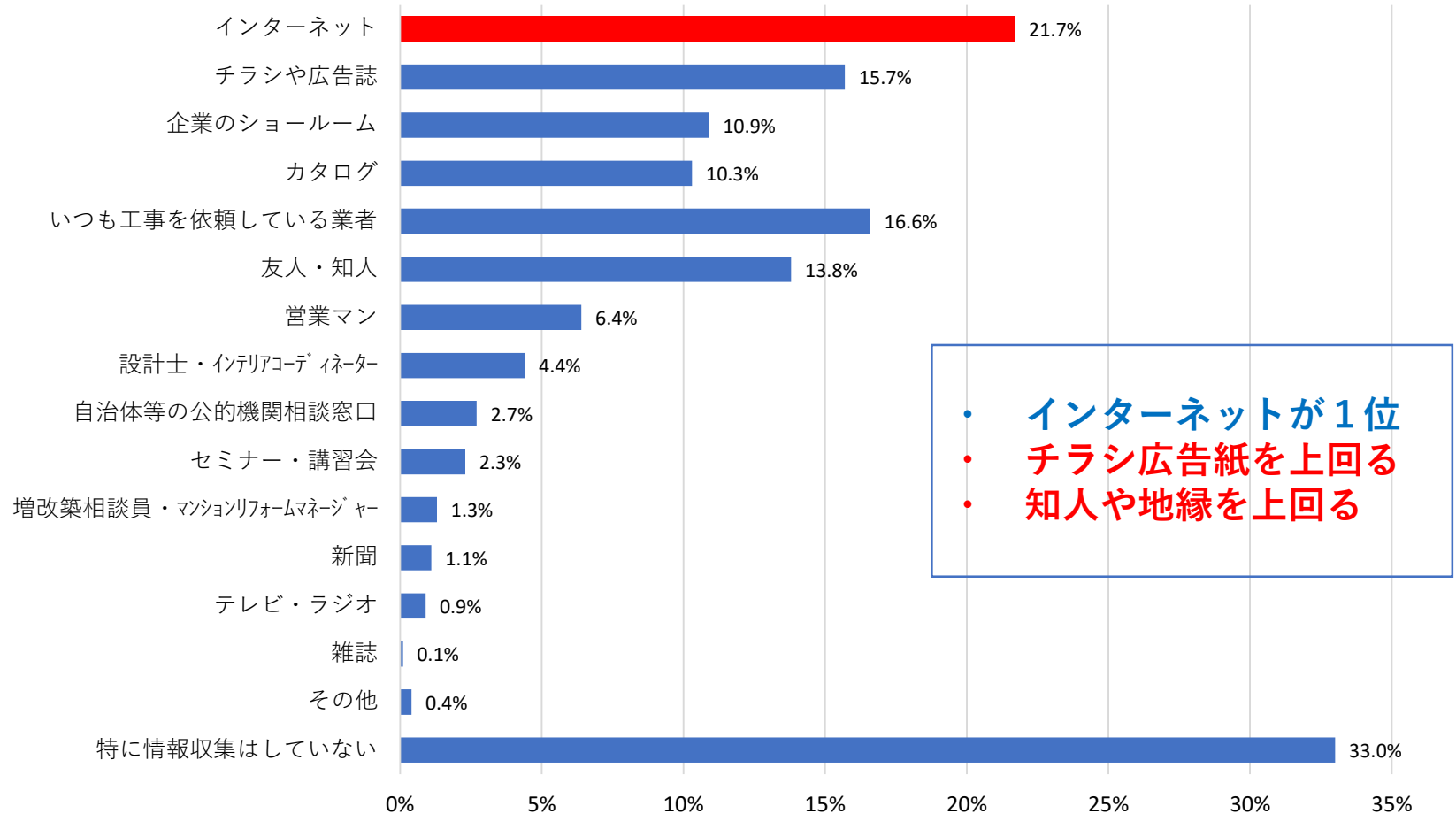
リフォーム工事に付加価値を付ける
「真の担い手」による消費者への情報発信

↓
リフォーム評価ナビの意義

2.インターネット時代に消費者に 効果的に情報発信するには

リフォーム市場のインターネット利用動向

リフォーム検討時の情報源 【インターネット調査によるリフォーム情報の入手先アンケート】

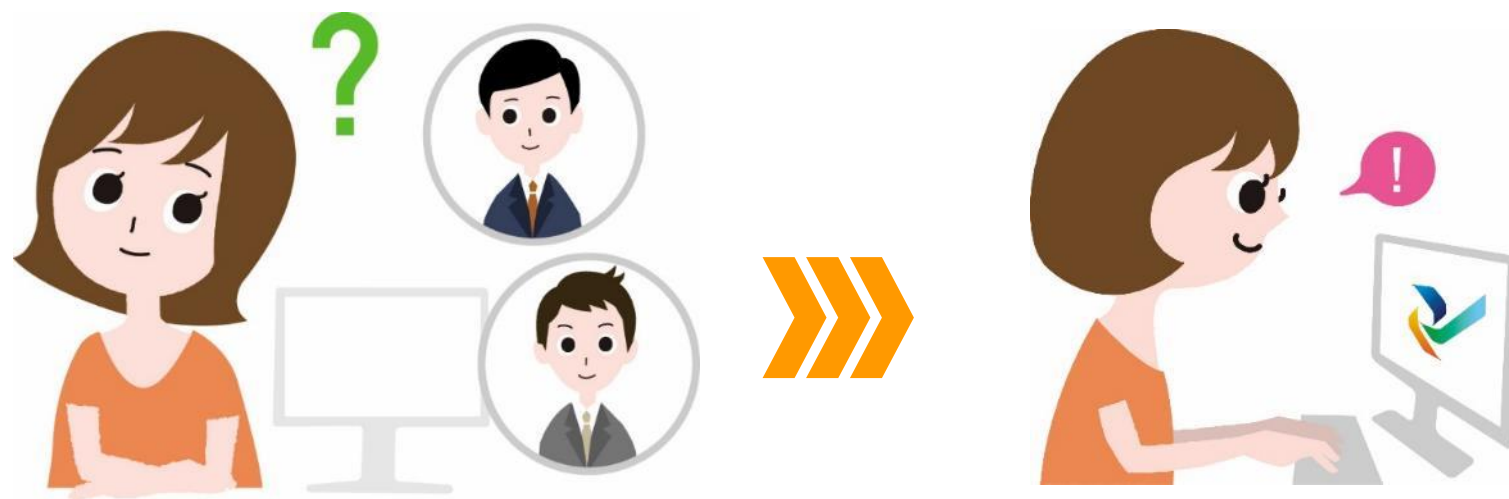


リフォーム検討客のインターネット利用が確実に**加速度的**に進むと考えられる。



リフォーム市場でのインターネット活用法

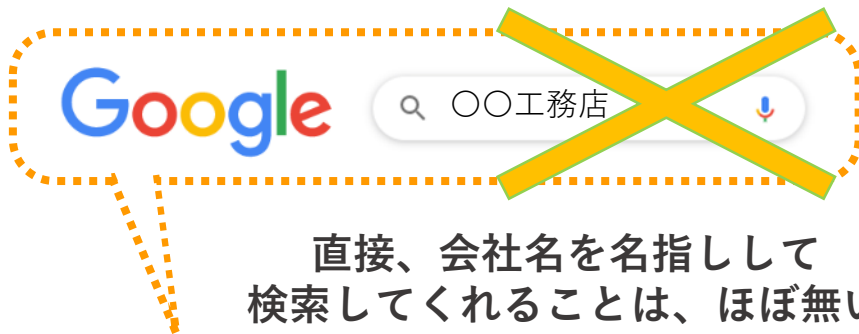
インターネットにおける「効果的な情報発信」とは



ユーザー(消費者)がリフォーム会社(事業者)を
探そうとした時に「見つけてもらやすい」ことが重要

リフォーム市場でのインターネット活用法

消費者の検索行動と、届きやすいマーケティング手法



比較検討客は
エリア × 業種 (リフォーム)
で会社や店舗を検索している

リスティング広告 : キーワードに応じて検索結果上に表示される広告。検索連動型広告とも。

SEO対策 : Search Engine Optimization(検索エンジン最適化)の略。「見つけられやすさ」

リフォーム市場でのインターネット活用法

ポータルサイトが有利な理由は「検索意図」にある

Googleは、検索ユーザーの満足度を高めるために
多様な検索意図に対応できるサイトをSEO上位に表示する



「地域 × 居酒屋」
で検索するユーザー
の求めるニーズ(検
索意図)は多様。

リフォームも同様！
例：水まわり交換、外壁塗
装、リノベーション…

SEO上はポータルサイトが圧倒的に有利な状況
ポータルサイトを活用したWEBでの集客が重要

【再掲】 こどもみらい住宅支援事業

対象となる新築住宅

ZEH → 100万円

長期優良住宅等、高い省エネ性能等を有する住宅 → 80万円

断熱等性能等級4 かつ一次エネルギー消費量等級4 → 60万円

対象となるリフォーム

＜必須工事（次のいずれか）＞

- (1) 開口部の断熱改修
- (2) 外壁、屋根・天井又は床の断熱改修
- (3) エコ住宅設備の設置

＜追加対象（任意）＞

- (4) 子育て対応改修
- (5) 耐震改修
- (6) バリアフリー改修
- (7) 空気清浄機能・換気機能付きエアコンの設置
- (8) リフォーム瑕疵保険等への加入

補助額：
リフォーム工事内容
に応じて定める額
上限30万円／戸

「自社の強み」を訴求できている？

政策課題に対応した新築・リフォーム

(＝補助金・支援制度を適用できる工事)

について、ユーザーから聞かれたときに回答できるか？

実際に発注された場合に、**対応できるか？**



政策課題に対応した新築・リフォーム

に対応できる **技術力「強み」を訴求できているか？**

販促チラシ・自社ホームページ……



「**自社の強み**」を訴求した自社ホームページは
どれだけ**閲覧・アクセス**されているか？



口コミを **読んで、書いて、納得** のリフォーム

公正・中立な財団運営のリフォームポータルサイト

お客様満足度

92%

※当財団調べ

エリア/条件から業者を探す

口コミを探す

事例写真を見る

都道府県



市区町村



住居形態



工事内容



検索

1つのみ選択

性能向上リフォーム

☐ 耐震改修

☐ 省エネリフォーム

☐ バリアフリー・介護リフォーム

一般的なリフォーム

☐ 総合リフォーム

☐ 水回り空間

☐ 設備工事

☐ 内装工事

☐ 外壁・屋根改修

☐ 外構・造園

クリア

設定する

> 失敗しないリフォーム業者選びのポイント

> 補助金や税制優遇を押さえて、お得にリフォームを

> わが家の性能を前州にチェック リフォーム相談書

公正・中立な財団運営のリフォームポータルサイトです。各都道府県の建築住宅センター等と連携し、地域密着の運営を行っています。

リフォームを検討しているお客様が

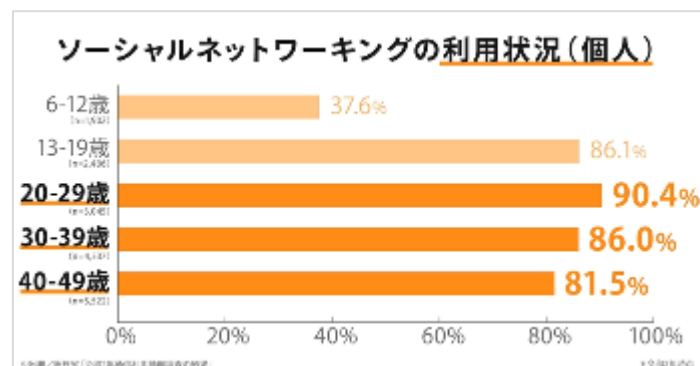
耐震改修 ・ 省エネリフォーム ・ バリアフリーリフォーム

を得意としているリフォーム事業者を検索できる。

多様化するインターネットでの集客方法

ホームページ・ポータルサイトに加え、SNSでの集客も重要

■表1. 日本におけるSNS利用者数



ポータルサイト



ホームページ



それぞれの特徴を捉え、上手に連携し、ターゲットやシーンによって使い分けることが重要

3.リフォーム事業者検索サイト 「リフォーム評価ナビ」の特長

リフォーム評価ナビの仕組み

リフォーム事業者を探すためのポータルサイト

リフォーム評価ナビは、一般財団法人が運営する公正・中立なリフォームポータルサイトです。
会社情報・口コミをもとに、リフォーム会社を選べる「安心」と「信頼」のサイトです。



納得のリフォームは口コミがポイント

お客様の「満足のいくリフォームをしたい」という想い。リフォーム会社の「お客様に満足いただき、適切な評価で次の顧客につなげたい」という想いを口コミが繋がります。

国交省採択サイト・消費者向けガイドブック掲載

リフォーム評価ナビの特長

「リフォーム評価ナビ」サイトの全体像

①会社情報ページ
(会社について)

②口コミページ
(口コミ一覧)

③会社の魅力をもっと見る
(PRページ) オプションページ



消費者に自社の特色や信頼性を伝えやすい

リフォーム評価ナビの特長

自社HPの代わりとしての活用

- ・事業者ページを作り込んで、自由に情報を掲載・更新することができる
- ・スマホサイズにも対応 **レスポンスデザイン**



高額な自社HP作成費や 維持管理費・手間を かけなくて済む

经营理念



お気軽にお問合せ下さいませ。お客様の暮らしに笑顔が増えるようスタッフ全員でサポート致します。

お客様との打ち合わせを大切に、些細な仕事でも夫婦（所長：夫 設計：妻）のコミュニケーション力で設計前からアフターケアまでお客様をしっかりサポート致します。

また、設計だけでなくインテリアや収納方法もトータルでサポート。

感謝の気持ちを忘れずスタッフみんなで楽しんでお仕事させていただくことが、お客様へのご提案や満足につながると考えております。

スタッフ一同お客様の暮らしを素敵なものにするため頑張らせていただきます。

リフォーム評価ナビの特長

登録後のフォローアップメニュー



「リフォーム評価ナビNews」

- ・ 新商品など業界の最新ニュースや法改正、新制度・役立つニュース
- ・ 登録事業者に、月3回配信。



「使いこなしガイド」

- ・ 情報発信力・消費者対応力の向上を図る教育テキスト

リフォーム評価ナビの特長

登録後のフォローアップメニュー

PRページ ▶

3 お客様の反響と改善策

リフォナビ活用レポート ▶

4 リフォナビMANAVI

リフォナビ eラーニング ▶

ITツール戦略のすすめ ▶

リフォナビ活用ヒント ▶

セミナー・研修 ▶

5 事務手続き等

ご利用金額 ▶

ガイド・各種様式集 ▶

パスワード変更 ▶

事務局への問合せ ▶

2022.01.26

SNS等を活用した集客に役立つ動画コンテンツ【ITツール戦略のすすめ】公開！

いつもリフォーム評価ナビをご愛顧いただき、誠にありがとうございます。本日、新しい動画コンテンツ動画を事業者管理サイト内に公開いたしました。【ITツール戦略...

リフォナビ MANAVI

リフォナビeラーニング



お客様から選ばれる事業者になるために、「リフォーム評価ナビ」活用のポイントを動画で学べます。

詳細はこちら ▶

ITツール戦略のすすめ



SNSを使ったコミュニケーションを中心に、ITツールを活用した集客のポイントを動画で視聴できます。

詳細はこちら ▶

リフォナビ活用のヒント



「リフォーム評価ナビ」を活用している登録事業者様やお客様の実際の声から、営業活動のヒントを知ることができます。

詳細はこちら ▶

セミナー・研修



ポータルサイトの特徴と「リフォーム評価ナビ」の活用方法などのセミナーを随時開催しております。

詳細はこちら ▶

「リフォナビ MANAVI」

受注力UP、サイトの有効活用のための登録事業者限定のさまざまなコンテンツ



リフォーム評価ナビの特長

登録後のフォローアップメニュー

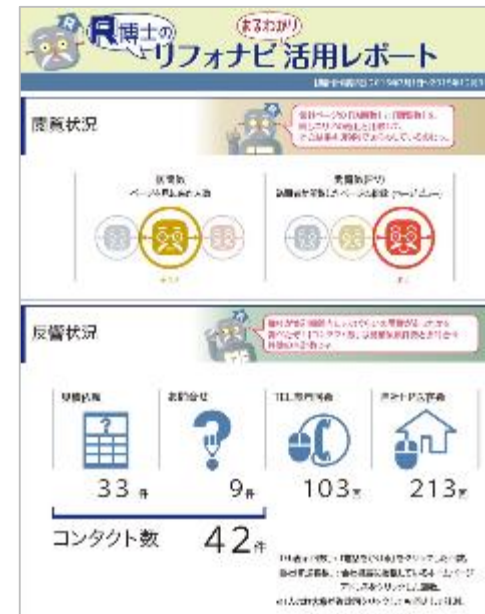


Refonavi Camera

リフォナビカメラ

「リフォナビカメラ」

- ・最適な構図で撮影できるカメラアプリ
- ・アフター撮影時はビフォー写真を重ねて表示。施工前後で同じ構図の撮影が可能



「リフォナビ活用レポート」

- ・自社ページの月毎のアクセス数や反響数が表示される他、自社ページの改善点が診断される
- ・自社ページの情報更新の必要性を理解できる

リフォーム評価ナビの特長 <事業者目線で>

特長まとめ

1. 適切なSEO対策により Googleなどの検索で 上位表示され消費者の目にとまる

とくに、エリア名 + 「口コミ」「評判」などのワードに強い。
リフォームの意欲が高い「比較検討客」が閲覧するサイト

2. 充実の会社情報 を消費者に向けて常に表示できる

自社HPの代わりになるほど、充実した情報の掲載が可能
情報開示型のため、常に消費者の目に触れるアピールができる

3. 紹介料・成約料なし 比較的、低廉な料金設定

財団運営による安心・信頼のリフォームポータルサイト
高額な登録料や、紹介料・成約料はいっさいなし