

# リフォーム事業の主な流れを再確認しましょう。

リフォーム事業の主な流れには、大きく分けて7つのステップがあります。階段を昇るように、一つひとつのステップを確実にやっていくことで、新規顧客およびリピート顧客の獲得につながっていきます。



**ステップ1**

**自社の存在を地域へ浸透させる**

[ 活動内容 ]

- お客様に提供する情報を整理する
- 各種媒体・機会を活用してPRする
- PR活動を継続して、認知度・知名度を高める

**ステップ2**

**リフォームを検討しているお客様を探す**

[ 活動内容 ]

- 販促ツールを活用して見込客を開拓する
- イベント、キャンペーン等で有力見込客を掘り起こす
- 接点があった顧客にアプローチする

**ステップ3**

**リフォームを予定しているお客様と面談する**

[ 活動内容 ]

- 自社の紹介を行う
- お客様からリフォームの動機や要望を伺う
- 現地調査を行う
- カタログ、自社施工事例等の検討資料を渡す

**ステップ4**

**リフォームプランを提案する**

[ 活動内容 ]

- プランと概算見積を提出し、説明する
- メーカーショールームで、商品を確認いただく
- 補助金・減税制度を案内する
- 最終プランを決定し、図面を提出する

**ステップ5**

**工事請負契約を締結する**

[ 活動内容 ]

- 最終見積・実施設計図面・工程表を提出する
- 支払い条件を確認する
- 契約書(請書)と図面を提出し、契約を結ぶ

**ステップ6**

**工事を行う**

[ 活動内容 ]

- 着工前準備**
  - 建築確認申請、融資手続き、協力業者選定、近隣への挨拶などを行う
- 着工・工事中**
  - お客様、近隣居住者に配慮して工事を行う
  - 追加変更工事へ対応する
  - 中間検査を実施する
- 工事完了**
  - 完了検査(自主またはメーカー検査)を行った後、施主立ち合いで検査報告を行う
  - 不備が発生した場合は、手直し工事を行う
- 引き渡し**
  - 工事完了確認書の受理、試運転(設備)、立ち合い、保証書・取扱説明書引き渡し、鍵の受け渡し、メンテナンス情報の提供を行う

**ステップ7**

**アフターフォロー活動を行う**

[ 活動内容 ]

- リフォーム後の使用状況確認や定期点検を行う
- 定期的にコンタクトを取り、コミュニケーションを深める
- 他の部位のリフォーム提案、顧客の紹介依頼を行う

安心・信頼できる会社に  
依頼したいけど、判断基準が  
わからない、見づらい。



#### お客様が求めること

- 安心・信頼できる具体的な理由を示して欲しい。
- マナー、態度や応対などで安心・信頼感を与えて欲しい。
- 第三者が認定する安心・信頼の証を、判断基準にしたい。

## 4 人材育成と確保

マナー教育は、信用・信頼を得るうえでとても重要です。



お客様が生活している空間で工事を行うリフォームは、工事をする人たちのマナーがとても重要です。とくに女性のお客様はマナーに対して敏感で、「マナーが悪いから、二度と頼みたくない」といった声をよく耳にします。また、初めてお客様と面談した時に、マナーがよいと、一気に好感度がアップします。自社社員はもとより、協力会社の人たちにもマナーの重要性を説き、具体的にどう対応すべきかを指導する「マナー教育」を行いましょ。お客様はマナーがよい会社を信用・信頼するということを忘れず、マナーを守ることを日々徹底しましょ。

#### 言葉づかい

ていねいな言葉づかいを好むか、フレンドリーな言葉づかいを好むかは、人それぞれです。しかし、お話す相手はお客様です。基本は、あくまでもていねいな言葉づかいで、お客様によって時にはフレンドリーな言葉づかいをまぜて話すようにしましょ。

#### 身なり

服装や髪の流れ、靴や靴下、手の汚れなどに注意しましょ。汚れやすい仕事とはいえ、「汚れたままで大切な我が家に入って欲しくない」と思われるお客様もいます。また、身なりは、自分自身では気づかないこともあります。常に意識してセルフチェックしたり、仲間同士で注意し合うことが必要です。

#### ていねいな対応

お客様の要望や質問には、たとえ作業中であっても手を止めて対応する。また、何も言われなくても、自ら報告・連絡・相談するなどといった、ていねいな対応がお客様の不満・不安を解消し、安心・信頼につながっていきます。

## 5 信用・信頼の証明

保険加入や建設許可を受け、会社の信頼性を高めましょ。



お客様にとってリフォームは、高額な費用を支払う、大きな買い物です。誰もが「信用・信頼できる会社に頼みたい」と思っていますが、最初のうちは判断材料が少なく、「この会社に任せてよいか」を迷います。

そこで、お客様との接点の入口で「信用・信頼できそうな会社」と思ってもらうためには、建設業法等の法令遵守（コンプライアンス）や労災・賠償保険への加入など、責任をもって業務を遂行できる企業の姿勢・体制の整備が必要となります。これらが整っていれば、お客様の信用・信頼の向上はもとより、従業員の皆さんも安心して働けます。

#### 保険（労災・賠償責任保険等）

お客様からリフォーム工事を直接受注する元請業者となるには、労災保険への加入が必要です。労災保険は、原則として労働者を使用するすべての事業に適用されます。また、工事の賠償責任保険、建設工事保険への加入は、万一の際のお客様への信頼性の向上の大きな力となりますので、加入をおすすめします。

#### 建設業許可

建設業法では、工事額500万円以上の「建築一式工事以外の建設工事」または1500万円以上の総合的な「建築一式工事」を請負うためには、「建設業許可」が必要です。申請には、工事経歴や実績工事施工金額等の書類が求められます。許可の基準としては、建設業5年以上の経營業務の管理責任者、10年以上の実務経験者を配置する必要があります。

#### 団体への加盟

業界団体への加盟は、お客様の安心材料の一つになることが期待できます。また、様々な業界情報が収集できるため、お客様にとって有益なリフォーム情報を提供することも可能になります。貴社の業種に応じた団体への加盟をおすすめします。特におすすめするのは、「住宅リフォーム事業者団体登録制度」に登録された団体への加盟です。「住宅リフォーム事業者団体登録制度」とは、一定の要件を満たした住宅リフォーム事業者の団体を国が登録・公表することで、消費者が安心して事業者を選び、リフォームを行うことができる環境の整備を図るために創設された制度です。（P38参照）

#### 契約等の書式

見積、契約、施工等に関連する各種書式の整備は、お客様への信用・信頼の提供、トラブルの防止、業務の効率化などに有効です。標準的な書式に、必要に応じて加筆・修正するなどして、貴社のオリジナル書式を作成することをおすすめします。なお、住宅リフォーム推進協議会では、住宅リフォーム工事の「標準契約書」「標準注文書・請書」を出版しています。（P26参照）

ここがポイント

▶▶▶ ひと目でわかる信用・信頼の根拠が必要です。

見える

わかる

信用・信頼できる

信用・信頼はお客様との交流の中で徐々に築き上げていくものです。しかし、交流の浅い段階では、お客様は貴社の信用・信頼度を計りにくく、時には不安になることもあります。そこで重要なのは、マナーをはじめとした、ひと目でわかる信用・信頼していただける根拠をお客様に提示することです。「つき合ってもらえばわかる」から「ひと目でわかる」ことも重要と発想を転換しましょ。

リフォームで後悔したくないから  
技術力が高く、様々なノウハウを  
持つ会社に依頼したいよね。



お客様が求めること

- 技術力が高い会社に依頼したい。
- 専門家らしい知識、ノウハウ、最新の情報を教えて欲しい。
- どんな資格を持った人か、会社かを知りたい。

6 知識・技術の習得

社員教育や資格取得をすすめ、優秀な人材を確保しましょう。



お客様に「この会社なら安心してリフォームを依頼できる」と思っていただくためには、豊富な知識と高い技術力をもつ人材の育成・確保が不可欠です。  
社員教育や資格の取得によって、技術を習得・向上させると共に、お客様のニーズに応えるために最新の材料・設備・施工方法など、様々な知識を蓄えられるようにしましょう。

○ 技術の向上と最新知識習得のための教育を定期的に行いましょう。



定期的に社内で研修・教育を行えば、技術・知識の習得・向上はもとより、社員全員の向上心を高めることができます。また、各種メーカーや団体等※1が開催している展示会やセミナー※2へ参加すれば、知識・情報の習得はもとより、他社との交流によって刺激を受けることもできます。

※1 (例) 住宅リフォーム事業者登録制度の登録団体 (P38参照)

※2 住宅リフォーム推進協議会および会員団体のホームページでも、各種セミナーを案内しています。

○ 有資格者を育成・確保しましょう。



リフォームの専門家として社会やお客様から認められるためには、資格取得者の確保も重要です。取得資格を名刺等に記載すれば、お客様の安心材料の一つにもなります。また、今後、業務範囲を拡大する場合は、社員に関連資格を取得させる、あるいは外部から資格取得者を確保することも必要です。更に、増改築や一定規模以上のリフォーム工事を自社で設計するのであれば、建築士などの資格取得、資格取得者の確保が必要となります。

社員の皆さんが、通常業務と並行して新たな資格を取得するのは、とても大変です。経営層の方が資格取得を奨励したり、資格を取得しやすい環境づくりをしていくことが重要であるといえます。

資格例

分野	主な資格の種類	
企画計画関連	建築士、増改築相談員、マンションリフォームマネージャー、インテリアコーディネーターなど	
施工関連	建築施工関連	建築大工技能士、塗装技能士、表装技能士、足場の組立て等作業主任者など
	設備施工関連	管工事施工管理技士、建築配管技能士、電気工事施工管理技士、電気工事士、消防設備士など
不動産取引関連	宅地建物取引士、既存住宅状況調査技術者など	

○ IT機器の基礎知識・活用方法を習得しましょう。

パソコンやスマートフォンを有効活用した顧客対応や業務の効率化が欠かせない時代になってきています。社員に対して基礎知識・活用方法の習得を促すと共に、外部の協力者の確保にも力を入れましょう。

ここがポイント

技術力やノウハウの見える化を図るために、  
貴社が施工した現場の事例集を作成しましょう。



「腕に自信がある。施工後を見てもらえば、技術やノウハウがわかる」。その通りです。しかし、お客様は施工が終わってからでないと技術力やノウハウがわからないのでは、とても不安です。腕に自信がある施工事例を写真に撮って、それをご覧いただきながら説明していけば、わかりやすく、事前に技術力やノウハウを知ることができ、安心・納得します。

※施工事例集への写真、施工内容の掲載には、お施主様の許可が必要です。ご注意ください。

## 8 ニーズの掘り起こし

お客様のニーズをていねいに聞き出しましょう。

○ お客様の話をよく聞き、適切な情報を提供することが重要です。



リフォームに限らず、最初のうちは、売り手と一定の距離を置きたいと、お客様は考えます。それは、「話を聞きすぎると断れない。買わされてしまう」と心のどこかで思ってしまうからです。

まず最初は、お客様の話を聞きましょう。リフォームに対する想い、不安、疑問、悩み、困り事などを、一つひとつ、ていねいに聞いていくと、お客様の心の扉が開き、距離も縮まります。聞きながらメモをとると、熱心に聞いてくれているといった印象が強まり、後で読み返せば提案のヒントにもなります。その後で、リフォームの具体的な話に移行したり、あらかじめ用意しておいた会社案内や施工事例などを使って自社をPRすればよいのです。“話すより聞く”を忘れないようにしましょう。

### 電話対応について

電話での問い合わせが多いリフォームでは、全社員がていねいに誠実な対応、的確な受け答えをできるようにすることも、重要です。

○ お客様のリフォームの動機とニーズを把握しましょう。

お客様とのコミュニケーションが深まったら、リフォームをしたい理由、動機、要望など聞いていきます。ヒアリングシートを使って質問していけば、聞き忘れを防止でき、プランを作成する際の貴重な資料にもなります。お客様には、リフォームのイメージや好みを聞いても、口頭ではうまく伝えられていない人がほとんどです。写真、カタログ、施工事例、書籍などを見ていただきながら、具体的に詰めていきましょう。お客様の要望であっても、予算や構造、法律などの制約・制限があって、実現できないこともあります。うやむやにしないで、できないことはハッキリ伝えましょう。

お客様も  
ナットク!



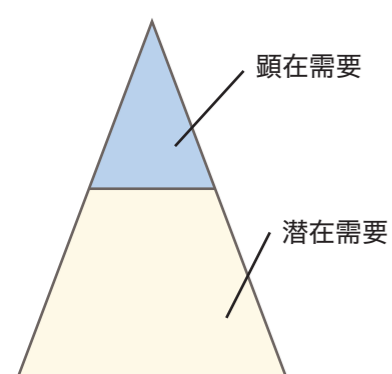
可能な限り「現調」をして、状況を記録に残すことが  
ニーズの洗い出し、よりよい提案につながります。

■ 現調シート例

正確な見積、お客様の要望に合ったリフォームプランを作成するためには、現地調査が欠かせません。リフォームプランの提案をする前に、可能な限り住宅の敷地や周辺環境、また、構造躯体が傷んでいないか等の建物の状況をよく調べることが必要です。お客様のニーズに加え、現場の住宅の状況調査(傷み具合、耐震性等)などを踏まえると、より有効な提案が可能で、なお、専門的な調査が必要な場合には、建築士や検査機関などの協力を得ましょう。

## 7 見込客の開拓

“待つから攻める”へ。潜在需要を掘り起こす提案販促活動を実施しましょう。



顕在需要とは、お客様がリフォームしたいと決めている、見えている需要のことです。一方、潜在需要とは、現時点では見えていない、潜んでいる需要のことです。では、見えていない需要を、どうしたら掘り起こせるのでしょうか？それは、リフォームをまだ考えていないお客様に対して、リフォームの効用を提案して、「リフォームがしたい」「リフォームが必要」と気づいていただくことです。下記に記載している代表的なリフォームニーズを参考にして、そのリフォームをすると、どんな効用があるのかをお客様に提案して、潜在需要を顕在化させましょう。

### 代表的なリフォームのニーズ例

分類	リフォームのニーズ	分類	リフォームのニーズ
維持修繕・更新などの リフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>●屋根外壁の劣化や傷みを直したい</li> <li>●古いキッチンを新しいものに替えたい</li> </ul>	ライフスタイルの変化 などにもなる リフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客さんを迎えられる大きな玄関にしたい</li> <li>●洋風のリビングに替えたい</li> </ul>
家族構成の変化などに ともなるリフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>●子ども部屋を大きなリビングルームに替えたい</li> <li>●二世帯住宅にしたい</li> <li>●高齢化対応のユニットバスにしたい</li> </ul>	性能向上リフォーム (耐震改修/断熱・ 省エネリフォーム)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地震がきても安心できる丈夫な家にしたい</li> <li>●防犯性能を高めたい</li> <li>●夏涼しく、冬暖かい家にしたい</li> <li>●冷暖房にかかる光熱費を節約したい</li> </ul>

## 9 ニーズを満たせる提案

お客様のニーズを踏まえて提案することが重要です。

### ○ ニーズを具体的なプランにまとめます。



お客様のニーズを整理したうえで、リフォームプランを作成していきます。専門家としておすすめできる最新の技術や部品・設備、デザイン等を織り込んだプランを作成することが、お客様の満足度を高めると同時に競合他社に差をつけることとなります。

### ○ リフォーム後の暮らしを変える、多様な生活提案も付加しましょう。



お客様の「こんな暮らしをしたい」といった要望を聞き取り、プランに反映することが第一ですが、お客様が気づいていない「今までと違った暮らし方」を提案することも、専門家の役割です。日頃から様々な暮らしの形を、雑誌から情報を入手したり、友人・知人の暮らしぶりを観察するなど、アイデアをあたためておくと、多様な提案に役立ちます。また、時には斬新なデザインを求められることもあります。豊富なデザインバリエーションに対応できるよう努め、時にはデザインやインテリア設計が得意な事業者と協力を求めるのもよいでしょう。

## 10 わかりやすい提案

ひと目でわかる提案書と、納得のいく説明が評価されます。

### ○ リフォームで何が変わるのがビジュアルでわかる提案書を作成・提出します。



リフォームで何が変わるのか。言葉だけで説明するよりも、目で見てわかる写真やラフスケッチ、パースなどが入った企画書を作成・提出した方が、お客様は理解・納得し、リフォームをしたい気持ちが高まります。使用材料のサンプルもできる限り準備して、お客様にご覧いただきましょう。ビジュアルと素材サンプルで、リフォーム後のイメージを共有すれば、行き違いなどのトラブルも減少します。

### ○ 提案書の内容をじっくり説明。お客様に不安・不満・疑問が残らないようにしましょう。



提案書に記載しているプランの内容は、時間をかけて、じっくりていねいに説明しましょう。お客様が疑問を抱いたり、質問をされた項目にも、ていねいに対応する必要があります。お客様の中には、リフォームの知識がなく、何を質問したらよいか分からない人もいます。そんな時は、たとえば「ここはどう思われますか」などと、質問で誘導してみるのも一つの方法です。プランの提案で重要なのは、ていねいな説明でお客様に不安・不満・疑問を残さないことです。

## 11 ステップアップした提案

「さすがプロ」と思っただけの提案が、信頼度を高めます。



お客様のニーズに応えることがリフォームの基本です。しかし、お客様のニーズを超えた提案によって、「期待以上。さすが、プロ。感激した」と思っただけのお客様を増やしていくのも、リフォーム事業者の使命といえます。

#### 性能向上の提案

耐震・省エネ・断熱改修など、住まいの性能を向上させるリフォームは国も力を入れており、お客様から注目されるようになってきています。お客様の中には、築年数や住まい方などによって、性能向上リフォームを提案できる方もいるはず。ぜひ、提案してみましょう。性能向上リフォームには、公的補助や税制優遇を受けられるものもあります。最寄りの役所で確認し、併せて提案するとよいでしょう。

#### グレードアップ提案

ライフスタイルの変化に合わせて、居室の広さ、設備、仕上材料などのグレードアップを提案することも考えられます。

#### 長く住むための提案

超高齢化社会になって、住まいの寿命が気になったり、歳を重ねても安心・安全に暮らせる住まいにしたいと考える人たちが増えています。長く住むためのリフォームも、これからの時代には欠かせません。

#### 補助金や減税制度の活用提案

リフォームに関連する補助金や減税制度をお客様に紹介・提案するのも、リフォーム事業者にとって重要な仕事です。お客様の立場に立って、お客様にメリットがある情報を提供することで、貴店への信頼度は高まります。

### 主な性能向上リフォームのポイント

性能	リフォームの内容	リフォームのねらい
耐震改修	耐震診断を踏まえた、壁補強・基礎補強、屋根荷重軽減など	我が国は地震大国です。生命と財産を守るための耐震化を進めましょう
バリアフリー改修	段差解消、手すり設置、水まわり間取り改善など	誰もが住み慣れた住宅で安心して暮らせるよう、バリアフリー化を進めましょう
省エネルギー改修	断熱材やサッシの交換、効率的な空調設備の設置など	夏涼しく、冬暖かい住まいが実現できます。光熱費も抑えられます
防犯改修	窓や玄関扉の防犯性能改善、建物まわりの改善、防犯部品の採用など	防犯リフォームで安心して暮らせる住宅にしましょう
耐久性向上改修	耐久性のある材料や部品、工法の採用など	住み慣れた住宅を長持ちさせるリフォームも重要です

お客様も  
ナットク!



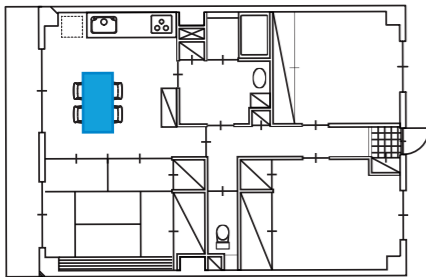
メーカーのショールームで実際に商品を見ていただくと、  
リフォームがより現実的になります。

設置を提案している商品をショールームで見ただけで、お客様はリフォーム後のイメージがより鮮明になり、手で触れたり、試したりすることで、リフォーム後の暮らしを疑似体験できます。お客様の背中を押すためにも、メーカーのショールームを有効的に活用しましょう。

## 12 設計時の留意点

トラブル防止のためにも、必ず図面を作成しましょう。

### ○ 図面を作成して、お客様との行き違いがないようにします。



適切なリフォーム工事の基本は、適切な設計(図面作成)を行うことです。また、契約の際には、設計図書(図面・仕様書等)の添付が必要となります。工事内容によっては、設計図を作成しない場合もありますが、トラブルを未然に防止するためにも、工事実施箇所や工事内容など、最低限の情報を図解し、お客様に確認していただくことをおすすめします。

### ○ リフォーム工事の範囲を明確にしましょう。



リフォーム工事完成後に不具合が発生した場合、原因が既存部分なのか、リフォーム部分なのかでトラブルになることがあります。取り壊し部分を図面に明示し、工事箇所を明確にしておくことが大切です。また、工事をする際には、周辺の配管の敷設状況や取り合い状況なども確認し、今後の更新などに支障がないよう配慮する必要があります。

既存不適格部分への対応が必要な例(具体的には建築士に相談しましょう。)

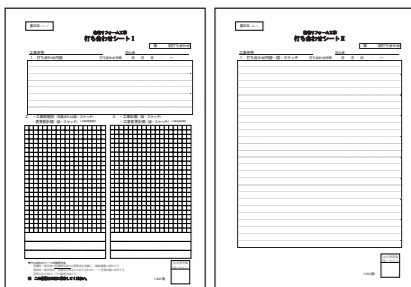
### ○ 既存不適格部分への対応が必要です。

リフォームの部分・内容	既存不適格部分への対応
構造部分の変更を行う場合*	建築基準法の構造関係規定を満たすように補強する (リフォームの内容によって緩和がある)
共同住宅で共用部分の変更を行う場合	現行の避難規定に適合するように手すりの設置等を行う

\*平成21年、平成24年、平成27年に構造耐力関係規定の緩和条件等に係る告示が一部改正されました。

増築や主要構造部の過半に手を入れるリフォームの多くは、建築基準法に基づく建築確認が必要となります。この場合、既存不適格部分(建築当時は適法であっても、その後の法改正による規制強化で不適格になった状態)がないかをチェックする必要があります。調べた結果、既存不適格部分が判明した場合には、その部分を適法にするための工事が必要となることがあります。

### ここがポイント ▶▶▶ お客様と打合せした内容は、必ず記録に残しましょう。



設計・プランニング、施工段階で変更が重なると、お客様と事業者で異なる判断や解釈をしたり、忘れてしまうことが数多くあり、トラブルの原因となります。お客様と打合せした結果は、必ず記録に残し、お客様の確認をとりましょう。記録は2部作成し、日付、担当を明記して、お客様に署名いただいて双方が保管します。住宅リフォーム推進協議会のホームページで公開している「住宅リフォーム工事店打合せシート」を活用いただけます。

住宅リフォーム工事店打合せシート

[https://www.j-reform.com/publish/pdf\\_shosiki/utiawase.pdf](https://www.j-reform.com/publish/pdf_shosiki/utiawase.pdf)



## 13 見積時の留意点

正確でわかりやすい見積書の作成が不可欠です。

契約に際しては設計図面を基に作成された見積書を添付します。企画提案段階の見積書は概算ですが、工事請負契約書に添付する際には詳細な見積書が必要です。

### 1 一式見積は避け、松竹梅など複数の見積の提出も検討しましょう。

一式見積では、お客様は何にどのくらいの費用がかかるのかわかりません。材料や設備機器の製品名や型番を示して、数量と単価がわかるようにしましょう。また、たとえば松竹梅など、複数作成・提出するとよいでしょう。お客様の選択肢が広がります。



### 2 産業廃棄物処理費が必要になることを、お客様に伝えておきましょう。

リフォーム工事にともなう廃棄物は「廃棄物の処理及び清掃に関する法律」で産業廃棄物とみなされ、法に基づいた適切な処理が必要です。見積書の中に解体・産業廃棄物処理費の項目を予め設けておき、工事費用とは別に産業廃棄物処理に費用が必要になることをお客様に理解していただくことが重要です。



### 3 隠れた部分への対応に関する費用も、見積書に明記する必要があります。

リフォーム工事では、仕上げ材を撤去した後で劣化や不具合が見つかり、取替えが必要になるケースがよくあります。これらが多くみられる工事項目には、実費精算項目であることを明記し、実際にかかった費用を後で精算することを予めお客様に理解していただくことが必要です。

### 4 専門用語を使わず、わかりやすく、ていねいに説明しましょう。

見積書は、お渡しするだけでなく、個々の項目を一つひとつ説明しましょう。専門用語を使わず、わかりやすい言葉で説明することで、お客様は見積の内容を正しく理解し、不安の解消につながります。

ここに注意

### ▶▶▶ 個人情報保護法を遵守しましょう。

2005年4月に施行された個人情報保護法が、2020年6月12日と2021年5月19日に改正され、その一部が2022年4月1日に施行されました。改正された個人情報保護法では、漏えい等の事案が発生した際の報告義務、ペナルティの強化などが主な改正項目になっております。個人情報を扱う際には、くれぐれもご注意ください。(P40参照)

#### 個人情報とは

生存する個人に関する情報(個人を特定できる情報、または組合せることで特定可能な情報)  
例: 氏名・住所・年齢・電話/FAX番号・Eメールアドレス・商品購入情報(時期・金額)など。

#### 概要

- ①利用目的による制限 ②適正な取得 ③安全管理措置
- ④本人の求めに応じて、開示・訂正・停止
- お客様からお預かりした個人情報を
- ・正しく入手(利用目的・同意) ・正しく保管(セキュリティー)
- ・正しく使う(利用目的・同意) ・正しく答える(開示請求)

## 13 見積時の留意点

### 貴社の見積を見直しましょう。

お客様にとってわかりやすい見積書の例を下記に紹介しています。これまで貴社が作成していた見積書と比較しながら、今後どのような見積書を作成したらよいかを考えてみましょう。

#### 標準書式による見積書の例

##### 住宅リフォーム工事御見積書

※右に掲載している見積書は工事請負契約書に添付される最終見積書をイメージしたものです。

##### ①住宅リフォーム工事御見積書

見積書は小規模の場合も必ず作成しましょう。プラン提示と契約の2段階で見積を作成した場合には、どちらが最終の見積かわかるようにしておきましょう。

##### ②使用材料

お客様の希望した銘柄、仕様などの材料を使っているかを明記しましょう。

##### ③実費精算項目

実際にかかった費用を後で精算する項目がある場合には、予め金額が変動することをお客様と合意しておきましょう。

##### ④諸経費

諸経費としてどのようなものが含まれるのか、説明できるようにしましょう。

##### ⑤解体・廃棄物処理費

廃棄物の処理方法や、費用の負担について、予め明記しておきましょう。

##### ⑥有効期限

通常は1か月程度が見積書の有効期限です。

書式V-1 住宅リフォーム工事 御見積書

作成日 令和〇〇年 8月 30日

家田 建一 様

請負者名 ○×〇工務店株式会社 印  
代表者 ○△△  
住所 □□県〇〇市××町△△-△

\*設計料を必要とする場合は、工事項目に明記します

工事項目	摘要(仕様)	(単価・数量・時間等)	金額
1.ダイニング工事			508,800
・仮設工事	養生費	17.0㎡ 700	11,900
〃	内部簡易足場料	17.0㎡ 100	1,700
〃	清掃片付け費(クレンジング代)	17.0㎡ 900	15,300
・内装工事			
床フローリング	〔銘柄: ○○○○〕 〔仕様: ○○○○〕	17.0㎡ 7,800	132,600
同上貼手間		17.0㎡ 4,500	76,500
天井ビニールクロス	〔銘柄: ○○○○〕 〔仕様: ○○○○〕	17.0㎡ 1,800	30,600
同上下地調整費		17.0㎡ 2,600	44,200
壁ビニールクロス	〔銘柄: ○○○○〕 〔仕様: ○○○○〕	40.0㎡ 1,800	72,000
同上下地調整費		40.0㎡ 2,300	92,000
・塗装工事	木部塗装	— 式	25,000
・電気工事	スイッチ・コンセント・アース取替	— 式	7,000
2.キッチン工事	(別紙内訳)		928,200
3.諸経費			150,000
⑤解体・廃棄物処理費	ダイニングキッチン既存撤去	— 式	140,000
工事価格(税抜き)			1,727,000
取引に係る消費税等			138,160
合計(税込)			1,865,160

■添付書類: 見積内容を補足するため、打ち合わせシートは必ず添付します。

⑥ 本見積書の有効期限は、令和〇〇年 9月 29日までとさせていただきます。

※ この書類は大切に保管してください。

担当者 印・サイン

ここに  
注意

### ▶▶▶ 売買契約に関する民法が改正されました。

お客様と売買契約等を締結する場合は、民法を遵守して行う必要があります。2020年4月1日より、改正民法が施行されましたので、請負契約書を作成する

際には、改正された民法の内容を正しく理解したうえで、作成するようにしてください。

民法の改正内容については、法務省のホームページで確認できます。

[https://www.moj.go.jp/MINJI/minji06\\_001070000.html](https://www.moj.go.jp/MINJI/minji06_001070000.html)



## 14 契約の重要性

### 必ず書面で契約しましょう。

小規模の工事では、とかく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、書面での契約を疎かにすると、後でトラブルの原因となる恐れがあります。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。

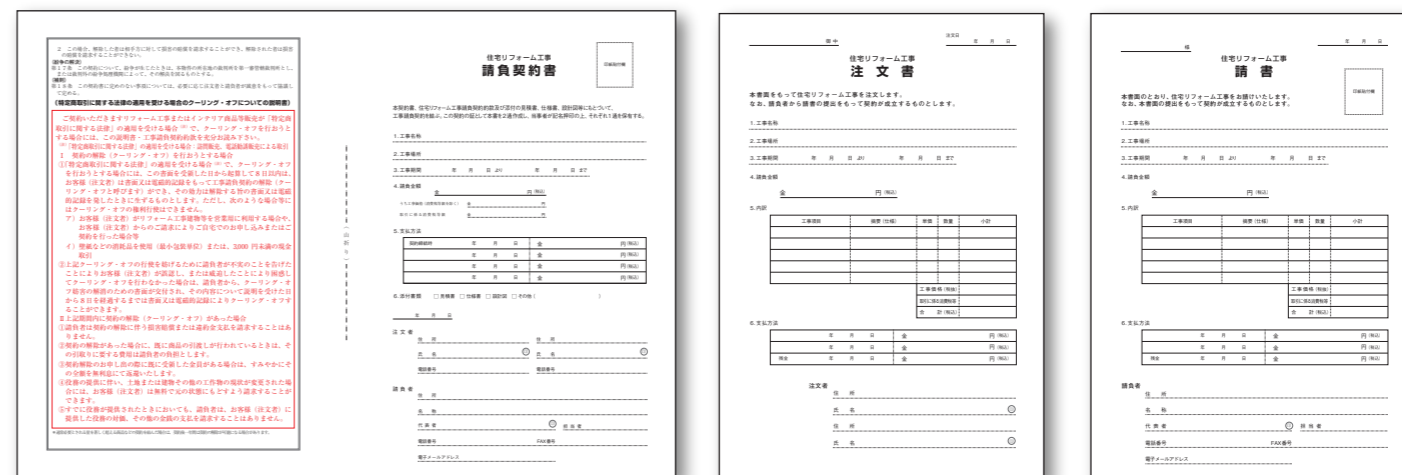
#### 契約書の種類

書類名	概要・記載事項等	
契約書	請負契約書	工事名・請負金額・工期・発注者・請負者など
	請負契約約款	代金支払やトラブル発生時の取決めなど
	見積書	工事内訳書・工事項目ごとの数量・単価・金額など
設計図書	図面	実施設計図(小規模な工事でも工事実施箇所や工事内容など最低限の情報を図解しておくことをおすすめします)
	工事仕様書	材料や工法等の取決め
その他	契約に際しての打合せ記録や設備機器のカタログなど	

#### 住宅リフォーム工事標準契約書式

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「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。小規模なリフォーム工事等で、今まで契約書を取り交わしていなかった場合においても使

いやすいようにしていますので、契約の際はこれら契約書面をご活用ください。なお、特定商取引法改正の施行(2022年6月1日～)に伴い、一部内容が変更されましたので、新たな書式をご活用ください。



#### クーリング・オフについて

住宅リフォーム工事は、特定商取引法の定めるクーリング・オフの指定役務です。そのクーリング・オフの改正が、2021年6月16日に公布され、2022年6月1日から施行されました。改定後には、電子メール、ファクシミリなどでも

クーリング・オフが可能になるなど、受け入れ態勢を変える必要があります。同時に、改正後のクーリング・オフを全社員に周知させなければなりません。(P39参照)



暮らしながら工事をするから、  
心配になることが多々ある。  
大丈夫かと不安になる。

お客様が気になること

- 近隣の人に迷惑がかからないか心配。
- いつ、何人の人が来て、どんな工事をするのかわからないと不安。
- 工事中に不満や変更希望があっても、伝えづらい。
- 問題なく仕上がるか心配。

15 工事中の注意点

リフォーム工事ならではの工事中の注意点が 있습니다。

○ 工事の内容、スケジュール、出入りする職人の人数を事前に伝えておきましょう。

リフォーム工事は多職種が関わり、現場への人の出入りも頻繁です。お客様にとっては、鍵や戸締りの管理が負担で、ストレスにもなります。更に、電気・ガス・水道などの使用を制限する場合があります。事前に、工事の予定・内容（騒音・振動、塵埃等の発生含む）、時間、作業の人員数などを伝えておくことが重要です。また、養生や家具の移動などを行い、リフォームの対象外の既存部分の破損や汚れに配慮しましょう。

○ 近隣への挨拶、配慮も忘れず実施する必要があります。



事前に近隣の居住者に対して挨拶し、工事内容や工期、工事関係者が多数出入りすることなども説明しましょう。工事開始後は、外壁塗装工事の場合など、足場、資材搬入による近隣への迷惑に配慮するほか、塗料の飛散にも注意し、敷地や接道が狭い場合は、こまめな資材搬入などによる資材保管場所の工夫や搬入経路・駐車スペースの確保など、近隣や通行者への配慮も必要です。お客様も初めてのことが多いため、事業者がアドバイスしていくことが、信頼を得るうえでも重要です。

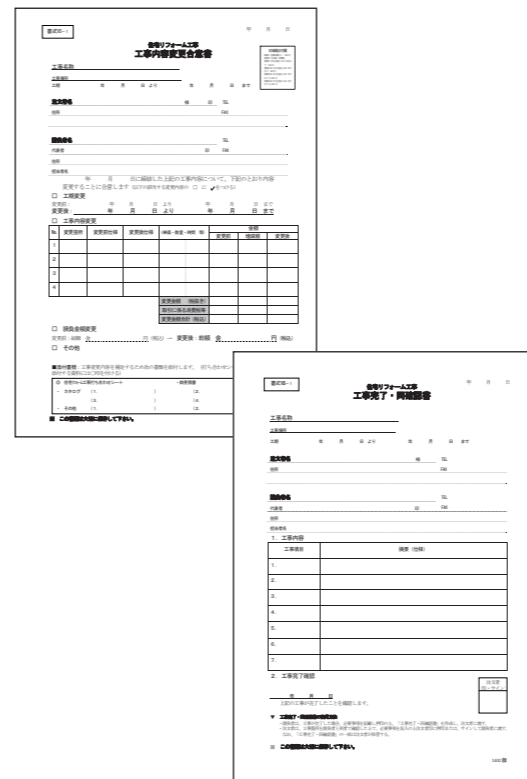
○ 工事中は、常にお客様への気配りを忘れないで作業を行いましょう。

特に注意したいこと

- 身なり、言葉づかい、挨拶等、マナーに細心の注意を払う
- お客様の質問には、工事中であっても手を止めて対応する
- 工事車両の駐車・資材の搬入でお客様、近隣居住者に迷惑をかけない
- トイレ、電気、水道等を使用する際は、必ず許可を得る
- お客様の敷地内、近隣道路等で喫煙しない
- 工具や資材などをきちんと整理しておく
- 工事完了後に清掃をする(毎日)

お客様が生活する空間で工事を行います。また、近隣の居住者の目に留まります。マナー、対応をはじめ、あらゆる面で気配り・気づかいが必要です。協力会社の人も含めて、周知徹底しましょう。工事の途中でお客様が変更を求めたり、疑問や不安を抱くこともあります。その都度、ていねいな対応をすることが重要です。お客様の中には、不満があっても「悪いから言えない」、「関係を壊したくないから言わない」という人もいます。常にお客様の様子に気を配り、不安・不満がありそうだと感じた時は、事業者の方から声をかけて聞き出すことが重要です。

○ 設計変更があった場合、適切な対応をしないとトラブルになります。



工事が始まり、仕上げ材を撤去した段階で明らかになる傷みや不具合は数多くあります。不具合が明らかになった場合は、勝手に取替えたりしないで、お客様に相談して費用の変更等の確認・了承を得たうえで、予め追加工事契約を締結し、工事を進めることが重要です。また、お客様は身近にいる職人さんへ気軽に変更・追加を依頼しがちです。現場責任者や担当を決めておき、お客様にも新たな要望が発生した時には、責任者が担当に伝えるように事前をお願いしておくといでしょう。責任者や担当者が適切な判断をしたうえで、お客様の依頼には柔軟にお応えしましょう。変更した部位は、必ず写真や記録に残すことをおすすめします。

○ 工事が完了したら検査を行い、引き渡しをします。

工事が完了したら、まず自主検査を行い、最後にお客様と共に検査します。問題がなければ引き渡しになります。リフォームはお客様が居ながらにして工事を行うため、引き渡しの時期が明確にならない場合があります。工事完了確認書などを取り交わすとよいでしょう。

ここに  
注意

▶▶▶ 石綿障害予防規則(石綿則)が改正されました。

石綿(アスベスト)による健康被害予防策の推進を図るために2005年に制定された石綿障害予防規則が、改正されました。2022年4月1日以降は、請負金額100万円以上の改修工事は、石綿含有の事前調査結果を労働基準監督署および都道府県へ報告することが義務化されました。さらに、2023年10月1日以降は、事前調

査を有資格者によって行わなければならない。今後も更に改正する予定ですので、厚生労働省のホームページで改正内容を確認し、解体・改修工事における石綿ばく露による健康障害の防止に努めましょう。

厚生労働省 石綿総合情報ポータルサイト  
<https://www.ishiwata.mhlw.go.jp>

