

平成30年度

住宅リフォーム事業者実態調査

調査報告書

平成31年2月



一般社団法人

住宅リフォーム推進協議会

目次

I. 調査の概要	1
II. 調査結果の概要	3
III. 調査結果の詳細	8
第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要	8
1. 事業所（本店）所在地	8
2. 事業開始時期	9
3. 業種	10
4. 資本金	10
5. 過去3年間（平成27年度～平成29年度）の工事件数、総売上高	11
6. リフォームの受注の割合（元請、下請）	17
7. リフォーム取扱事業所数	18
8. 営業展開エリア、営業活動エリア	19
9. 建設業許可の有無	20
10. 建築士事務所登録の有無	20
11. 宅地建物取引業免許の有無	21
12. 全従業員数（営業所等含む）、リフォーム専属従事人数	22
13. 大工、左官等の職人数	24
14. 資格者の有無及び人数	25
15. リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況と見通し	27
第2章 リフォーム事業者の対応可能な工事、所属団体	29
1. 工事対応建物	29
2. 受注可能な工事	30
3. 加盟団体	32
4. フランチャイズ（FC）、ボランタリーチェーン（VC）等の加盟	32
5. 保険の加入	33
6. 提携ローンの有無	34
7. リフォーム工事の契約書の書式	35
8. リフォーム工事の保証書の発行	36
第3章 リフォーム事業者の集客方法、アフターサービス	37
1. リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果	37
2. リフォーム工事後のアフターサービス方法	39
第4章 リフォーム支援制度、施策の活用及び認知状況	40
1. リフォーム工事に関する税制優遇措置の活用状況	40
2. リフォームに関する施策の認知状況と情報の入手先	40
3. リフォーム事業についての課題や今後取り組んでいきたい施策	41
4. 住宅リフォーム市場活性化のために実施していること、活性化への課題	42
IV. 資料・調査票	43

I. 調査の概要

I. 調査の概要

1. 調査の目的及び概要

本調査は、住宅リフォーム事業者の実態を把握することを目的として実施した。

調査の項目・内容は、リフォーム事業者の概要、過去3年間の工事件数や売上高、営業エリア、従業員数、受注可能な工事内容、加盟団体、集客方法、アフターサービス方法、リフォームに関する施策の認知状況や情報の入手先、リフォーム事業についての課題や今後取り組んでいきたい施策などとした。

2. 調査の方法

① 調査対象

国土交通省が実施した平成29年度長期優良住宅化リフォーム推進事業及び住宅ストック循環支援事業に登録された事業者及び下表の団体に所属する事業者を対象とした。

調査対象団体

・押出発泡ポリスチレン工業会	・公益社団法人 日本建築士会連合会
・キッチン・バス工業会	・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 JBN・全国工務店協会	・一般社団法人 プレハブ建築協会
・公益社団法人 全日本不動産協会	・一般社団法人 マンションリフォーム推進協議会
・一般社団法人 日本ツーバイフォー建築協会	・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 ベターライフリフォーム協会	・一般社団法人 全建総連リフォーム協会
・一般社団法人 住宅管理・ストック推進協会	・日本木造住宅耐震補強事業者協同組合
・一般社団法人 日本塗装工業会	・一般社団法人 リノベーション協議会
・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 住活協リフォーム
・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 全国建設室内工事業協会
・一般社団法人 住生活リフォーム推進協会	・一般社団法人 日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会
・一般社団法人 リビングアメニティ協会	

② 調査方法

調査対象事業者に対して郵送により調査票を配布した。また、団体所属事業者については各団体を通じて配布した。回答は郵送、FAX、E-mailの他、インターネット上での回答を併用した。

③ 調査内容

事業所の所在地、業種、工事件数、総売上高、資格者の有無、加盟団体等（巻末調査票参照）。

④ 調査期間

平成30年8月より順次配布し、平成30年10月5日到着分までを集計対象とした。

I. 調査の概要

⑤ 調査対象事業者数と回収状況

調査票配布数 29,650 件

調査票回答数 3,055 件（有効回答率 10.3%）

うち郵送等による回答 2,176 件

うちインターネット上での回答 879 件

3. 集計項目

各種設問に対して、下表の通り基本集計及びクロス集計を実施した。

設問構成	基本集計	クロス集計		
		問4 業種	問6 リフォーム総売上高	問14 全従業員数
問1 事業者（本店）所在地	●			
問2 建築事業開始時期	●			
問3 リフォーム事業開始時期	●	●		
問4 業種（MA）	●			
問5 資本金	●			
問6 過去3年間の工事件数、総売上高、平均金額	●	●		
問7 リフォームの受注の割合	●	●		
問8 事業所数	●	●		
問9 営業展開エリア（SA）	●			
問10 営業活動エリア（SA）	●			
問11 建設業許可の有無（SA）	●	●		
問12 建築士事務所登録の有無（SA）	●	●		
問13 宅地建物取引業免許の有無（SA）	●	●		
問14 全従業員数（営業所等含む）	●	●		
問15 大工、左官等の職人数	●	●		
問16 資格者の有無及び人数	●	●		
問17 リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況（SA）	●	●		
問18 リフォーム工事に携わる職人や資材の将来の見通し（SA）	●	●		
問19 工事対応建物（MA）	●	●		
問20 受注可能な工事（MA）	●	●		
問21 加盟団体（MA）	●			
問22 FC、VC等の加盟（MA）	●			
問23 保険の加入（MA）	●	●		
問24 提携ローンの有無（SA）	●	●		●
問25 リフォーム工事の契約書の書式（MA）	●	●		
問26 リフォーム工事の保証書の発行（SA）	●	●	●	
問27 リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果（MA）	●	●		
問28 リフォーム工事後のアフターサービス方法（MA）	●	●		
問29 リフォーム工事に関する税制優遇措置について（SA）	●	●		
問30 リフォームに関する施策等の認知状況（MA）	●			
問31 リフォームに関する国の施策等の情報の入手先（MA）	●			
問32 リフォーム事業についての課題や今後取り組んでいきたい施策（MA）	●			
問33 住宅リフォーム市場活性化のために実施していること	●			

II. 調査結果の概要

II. 調査結果の概要

1. 回答事業者の概要

回答事業者の6割以上(63.3%)がリフォーム事業年数30年未満。資本金は1,000万円から5,000万円の事業者が54.3%と半数以上を占める。業種は工務店の割合が60.8%と最も高い。

- 建築事業開始時期(事業年数)は30年以上が52.2%となっているのに対し、リフォーム事業開始時期(事業年数)は30年未満が63.3%となっており、建築の事業年数に比べて低い年数に分布している様子が見られる。

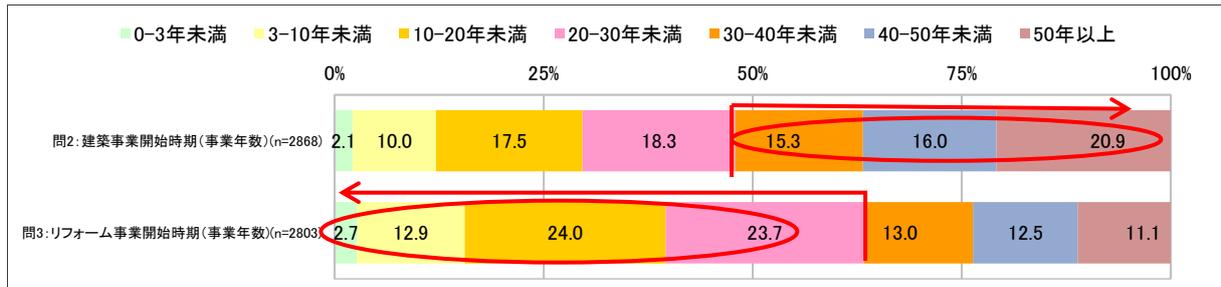


図 2-1-1 建築事業及びリフォーム事業開始時期(問2及び問3) ※無回答を除く

- 資本金別に回答事業者の分布をみると、「1,000万円～5,000万円未満」が54.3%と半数以上を占める。1,000万円未満も36.0%であり、本調査の回答事業者のうち約9割が資本金5,000万円未満の事業者となっている。

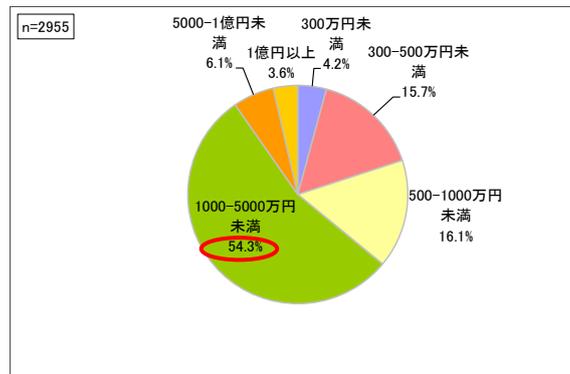


図 2-1-2 資本金(問5) ※無回答を除く

- 回答事業者の業種(複数回答)をみると、「工務店」が60.8%で最も多い。次いで、「設計事務所」33.0%、「リフォーム專業」28.4%、「不動産業」21.4%となっている。

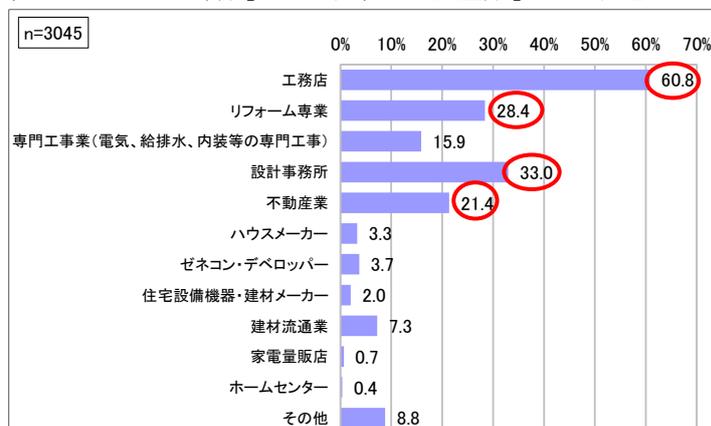


図 2-1-3 業種(問4 複数回答) ※無回答を除く

II. 調査結果の概要

2. 回答事業者の工事实績件数、総売上高

回答事業者の平成 29 年度リフォーム工事の総売上高は 1 億円～5 億円未満の事業者が 24.0%となり前年度比 1.1 ポイント上昇。

- 平成 29 年度と平成 28 年度の建築工事およびリフォーム工事の総売上高の分布を比較すると、建築工事では売上「5 億円以上」の事業者が平成 29 年度は 18.7%となり、前年度比 0.7 ポイント上昇している。
- リフォーム工事では「1,000 万円未満」の事業者が平成 29 年度は 15.4%となり、前年度比 0.6 ポイント下降、「1 億円～5 億円未満」の事業者は 24.0%で前年度比 1.1 ポイント上昇している。

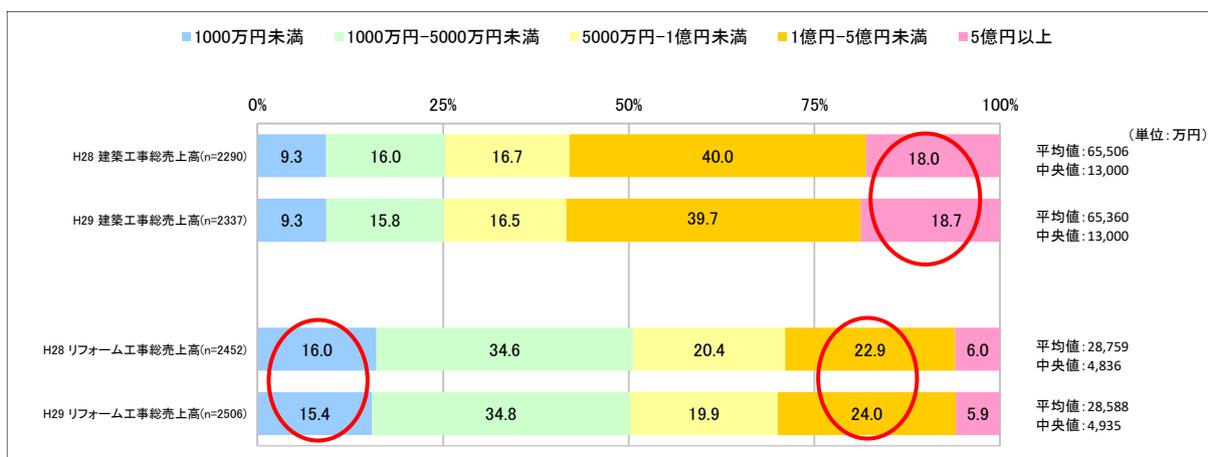


図 2-2-1 総売上高の推移（問 6）平成 28 年度と平成 29 年度の比較 ※無回答を除く

- 平成 29 年度と平成 28 年度の建築工事の件数分布を比較すると「100 件以上 500 件未満」の工事を実施した事業者の割合が 26.4%で前年度より 0.4 ポイント上昇している。
- 平成 29 年度の「500 万円以上」のリフォーム件数は「0 件」の事業者の割合が 16.9%で前年度から 1.3 ポイント減少、「10 件未満」の事業者の割合は 60.0%で 0.7 ポイント上昇している。

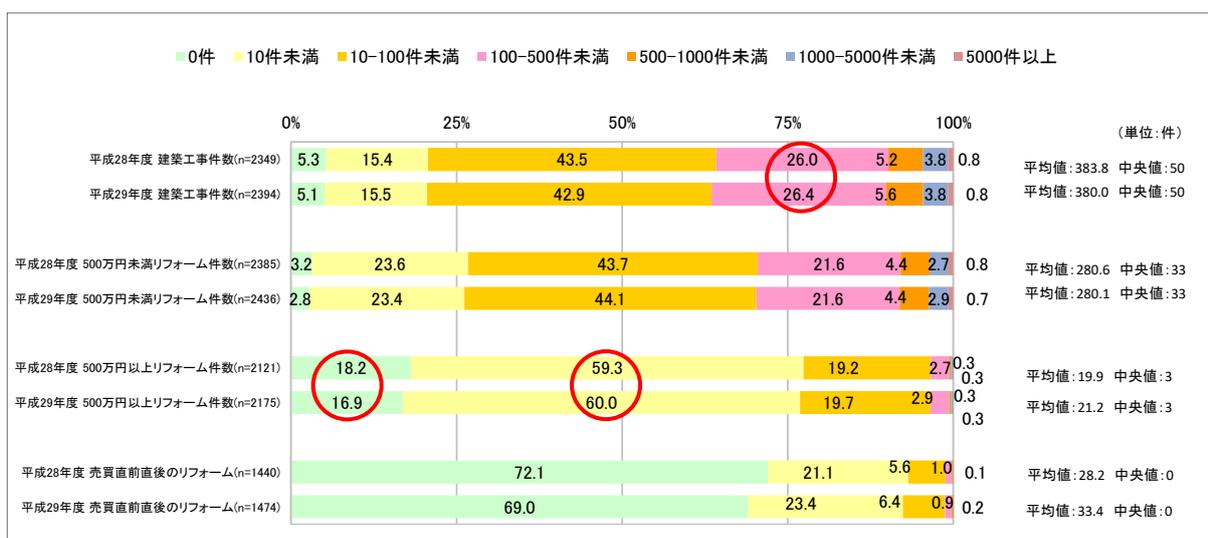


図 2-2-2 工事件数の推移（問 6）平成 28 年度と平成 29 年度の比較 ※無回答を除く

II. 調査結果の概要

3. 従業員、職人等の状況

回答事業者の全従業員数は50人未満が90.8%。8割を超える事業者が将来の人手不足への不安を感じている。

- 全従業員数は「10人未満」が58.0%、「10人～50人未満」が32.8%となっており、「50人未満」の事業者が9割を占める。リフォーム専属従事人数は「10人未満」が9割を占める。
- 事業者の全従業員数に占めるリフォーム専属従事人数の割合は30%未満が半数以上(56.9%)を占める。

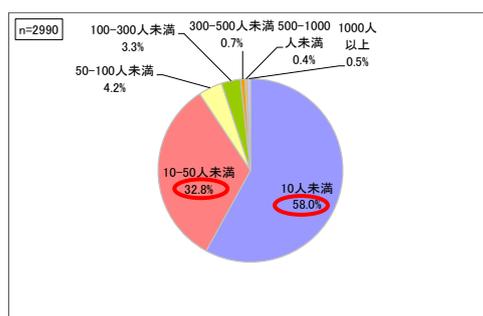


図 2-3-1 全従業員数 (問 14) ※無回答を除く

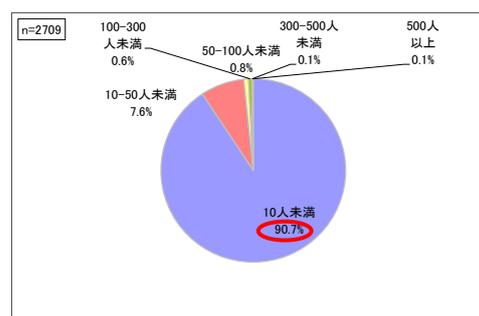


図 2-3-2 リフォーム専属従事人数 (問 14) ※無回答を除く

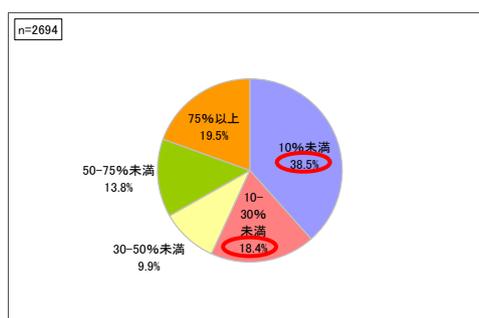


図 2-3-3 リフォーム従事人数比率 (リフォーム専属従事人数/全従業員数) (問 14) ※無回答を除く

- リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況は、「資材は充足しているが人手が不足している」(66.3%)と「人手も資材も不足している」(5.9%)を合わせると7割以上が人手不足を感じている。また、将来の見通しでは「人手も資材も不安がある」(15.6%)と「資材の不安はないが人手の不安がある」(67.1%)の合計が8割を超え、人手不足について将来の不安を感じている事業者が多い。

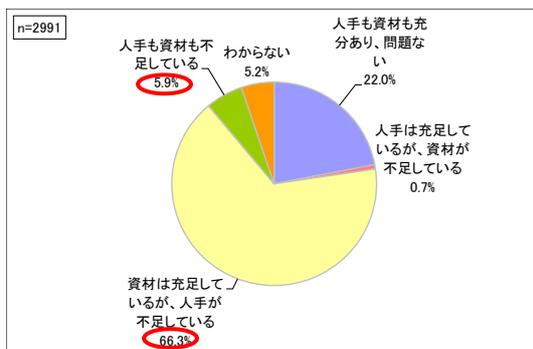


図 2-3-4 リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況 (問 17) ※無回答を除く

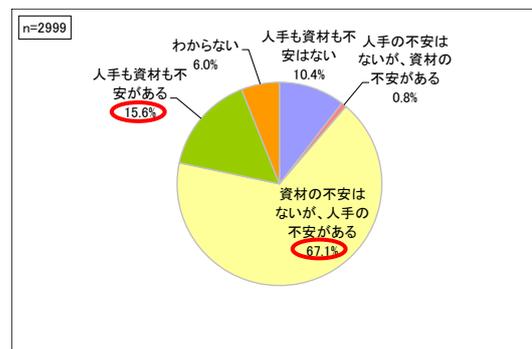


図 2-3-5 リフォーム工事に携わる職人や資材の将来の見通し (問 18) ※無回答を除く

II. 調査結果の概要

4. 対応可能な工事

全業種の9割以上が戸建てに対応。共同住宅はゼネコン・デベロッパー、リフォーム專業、不動産業、ハウスメーカーの割合が高い。自社施工により受注可能な工事は増築・改築（間取り変更含む）、バリアフリー工事、水回り工事の割合が高く、外注施工では電気設備工事、防水工事等の割合が高い。

- 工事対応可能な建物を業種別にみると、戸建てはすべての業種で9割を超えている。共同住宅は「ゼネコン・デベロッパー」(81.3%)、「リフォーム專業」(78.2%)、「不動産業」(75.1%)、「ハウスメーカー」(72.9%)が7割を超えている。

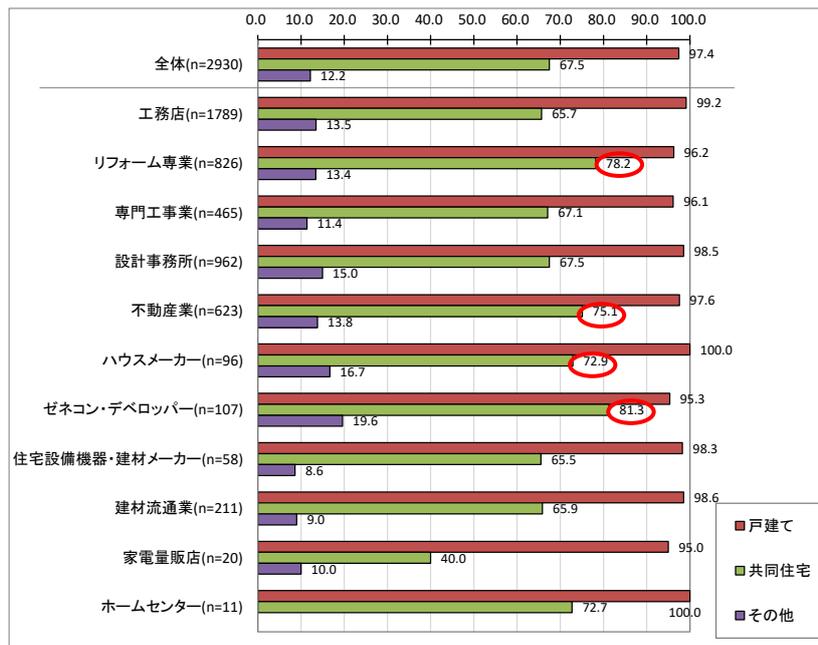


図 2-4-1 工事対応建物（問 19 複数回答）業種別 ※無回答を除く

- 受注可能な工事のうち自社施工の割合を見ると「増築・改築（間取り変更を含む）」(56.6%)、「バリアフリー工事」(55.2%)、「台所・浴室・トイレ等の水回り工事」(54.2%)が5割を超えている。外注施工では「電気設備工事」(68.8%)、「防水工事」(67.3%)、「冷暖房設備の取替え」(65.1%)などの割合が高い。

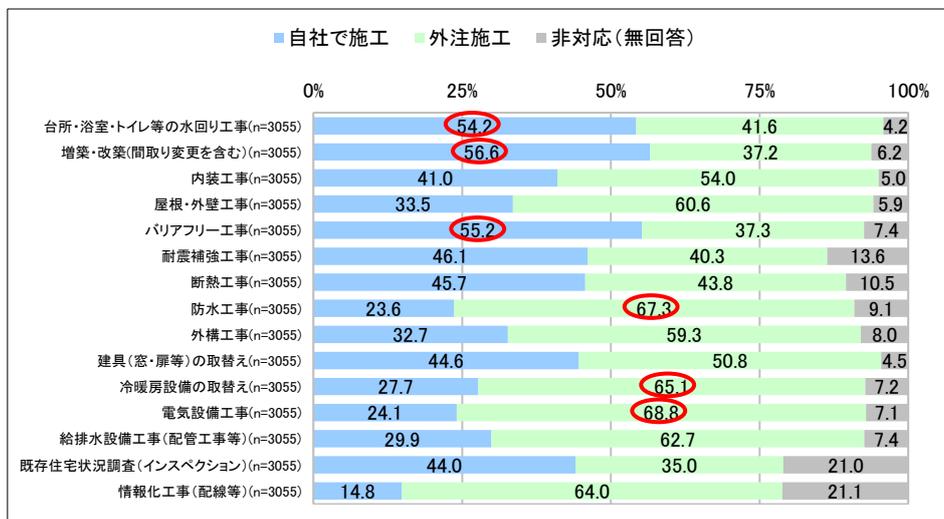


図 2-4-2 受注可能な工事（問 20）※無回答は工事非対応として集計

II. 調査結果の概要

5. 新規見込客の集客方法と効果

新規見込客の集客方法として、「インターネット（自社ホームページ）」、「折込やポストインによるチラシ」を半数以上の事業者が採用。効果を実感している集客方法は「インターネット（自社ホームページ）」、「展示会」、「現場見学会」となっている。

- 新規見込客の集客方法は、実施割合（「効果がある」と「あまり効果がない」の合計）で見ると、「インターネット（自社ホームページ）」（61.4%）と「折込やポストインによるチラシ」（51.7%）が5割を超えている。他方、効果に目を向けるとあまり効果がないと回答している事業者も多い。
- 「効果がある」と回答している事業者が最も多い集客方法は「インターネット（自社ホームページ）」が35.8%、「展示会」25.8%、「現場見学会」22.1%となっている。
- それぞれの集客方法について、「効果がある」から「あまり効果がない」を差し引いた比率差で見ると、「展示会」（12.0ポイント）、「インターネット（自社ホームページ）」（10.2ポイント）、「現場見学会」（9.9ポイント）が高く、「電話セールス」（-18.7ポイント）、「電話帳、新聞、雑誌等の広告」（-13.3ポイント）、「ラジオ、テレビ等の広告」（-10.8ポイント）が低くなっている。

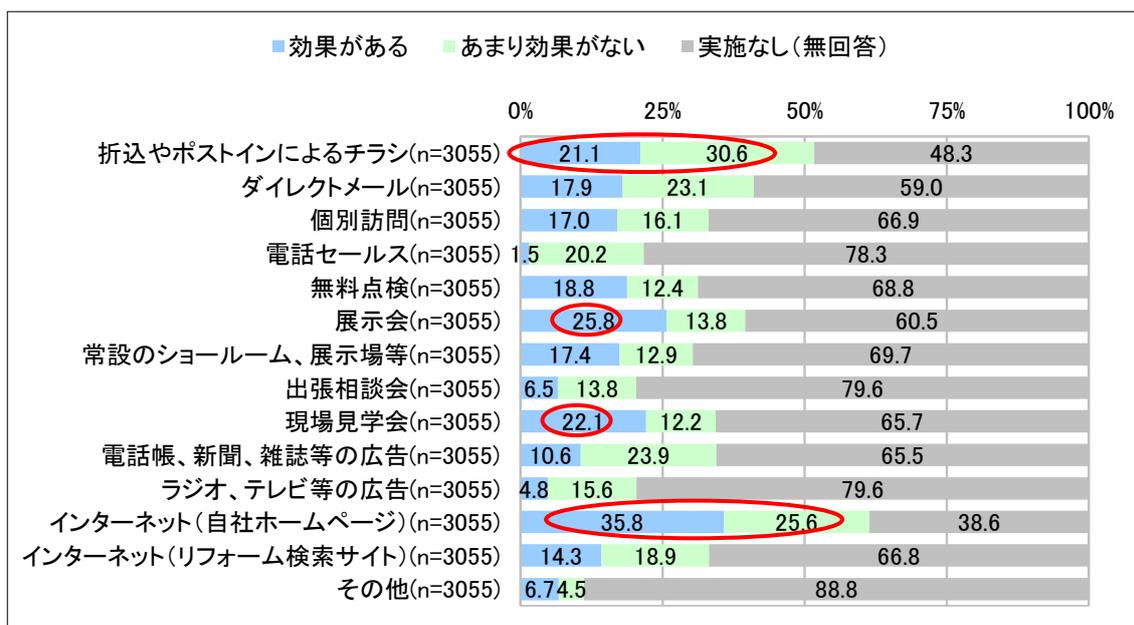


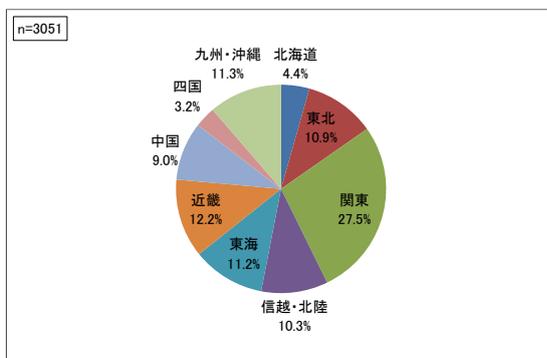
図 2-5-1 リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果（問 27）※無回答は実施なしとして集計

Ⅲ. 調査結果の詳細

第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

1. 事業所（本店）所在地

- ・事業所（本店）所在地は東京 8.7%、神奈川県 5.1%、愛知県 5.0%の割合が高い。
- ・地域別にみると、関東 27.5%、近畿 12.2%、九州・沖縄が 11.3%となっている。



*地域別

北海道	: 北海道
東北	: 青森・岩手・宮城・秋田・山形 福島
関東	: 茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉 東京・神奈川・山梨
信越・北陸	: 新潟・富山・石川・福井・長野
東海	: 岐阜・静岡・愛知・三重
近畿	: 滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良 和歌山
中国	: 鳥取・島根・岡山・広島・山口
四国	: 徳島・香川・愛媛・高知
九州・沖縄	: 福岡・佐賀・長崎・熊本・大分 宮崎・鹿児島・沖縄

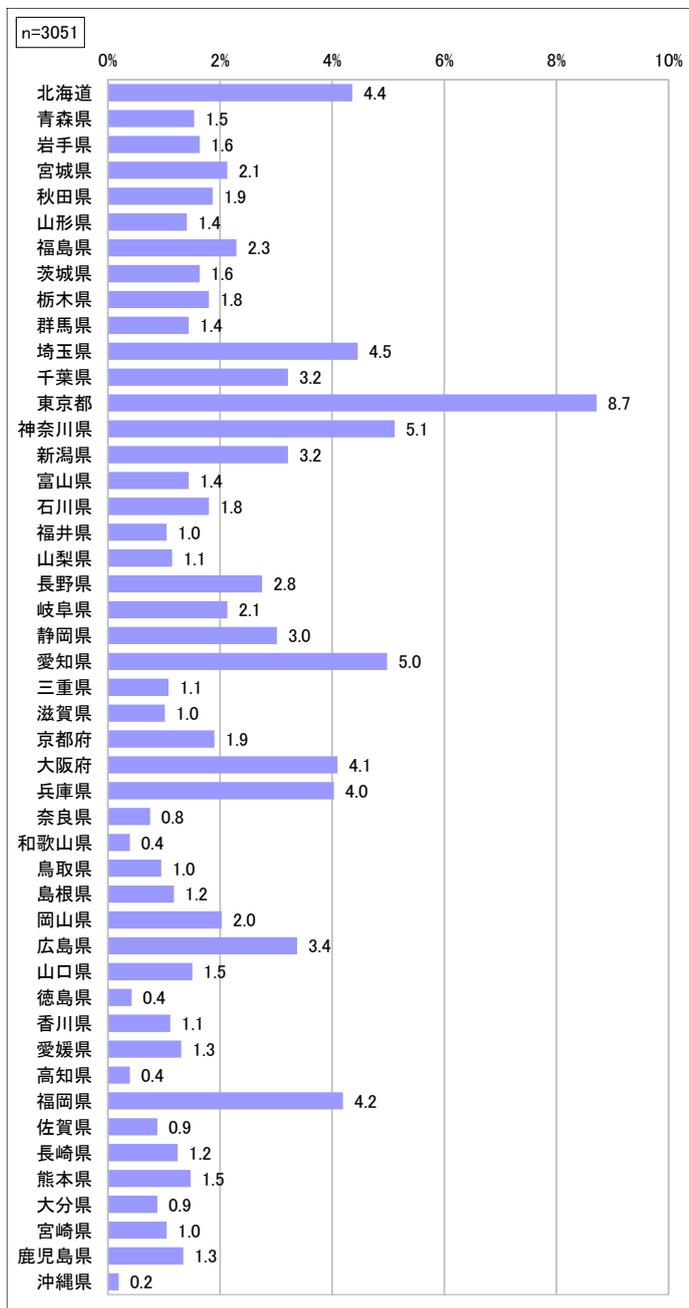


図 3-1-1 事業所（本店）所在地（問1）※無回答を除く

2. 事業開始時期

①建築事業開始時期（事業年数）

- ・事業者の建築事業開始からの事業年数は、「50年以上」の割合が20.9%と最も高く、30年以上の事業者が52.2%と半数以上を占める。

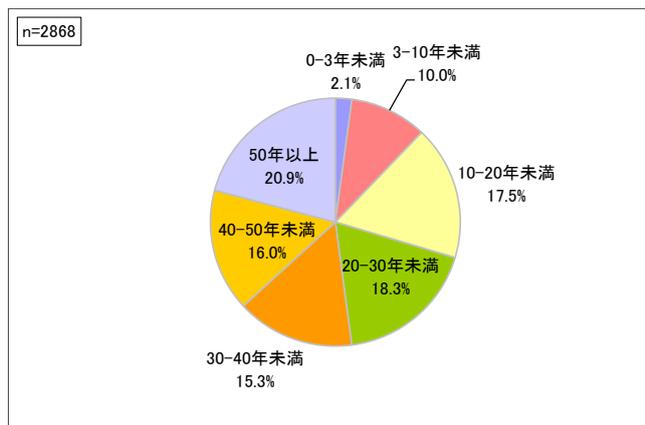


図 3-1-2 建築事業開始時期（事業年数）（問 2）※無回答を除く

②リフォーム事業開始時期

- ・リフォーム事業開始からの事業年数は、「10年~20年未満」の割合が24.0%と最も高く、30年未満の事業者が63.3%を占める。

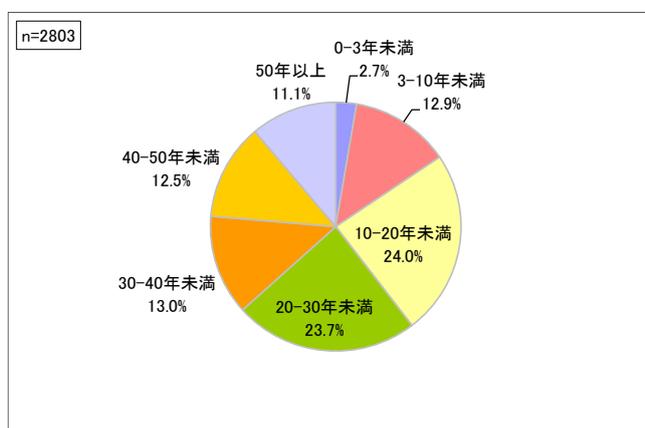


図 3-1-3 リフォーム事業開始時期（事業年数）（問 3）※無回答を除く

③リフォーム事業開始時期（業種別）

- ・業種別にみると、「工務店」、「設計事務所」、「不動産業」、「ゼネコン・デベロッパー」、「家電量販店」はリフォーム事業開始から40年以上経過している事業者の割合が他業種に比べて高い。

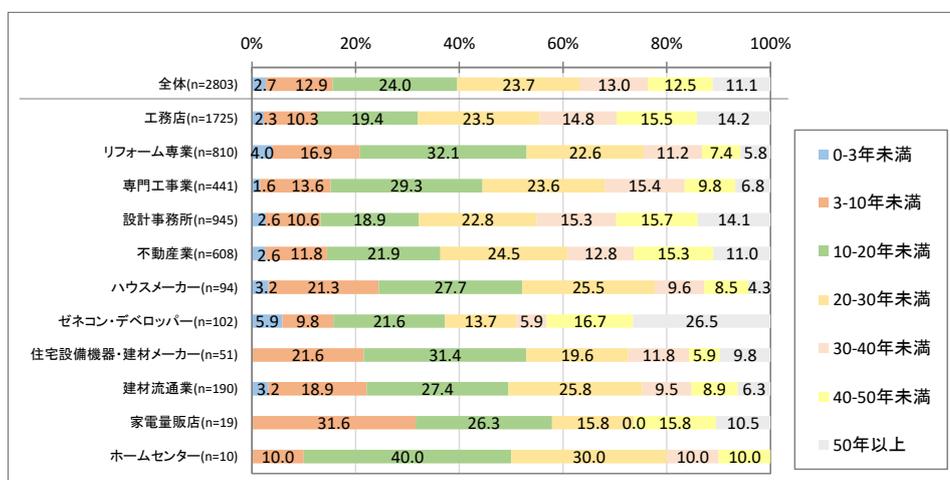


図 3-1-4 リフォーム事業開始時期（事業年数）（問 3）業種別 ※無回答を除く

3. 業種

- ・回答事業者の業種（複数回答）は、「工務店」の割合が60.8%と最も高い。「設計事務所」（33.0%）、「リフォーム専門」（28.4%）、「不動産業」（21.4%）が2割を超えている。

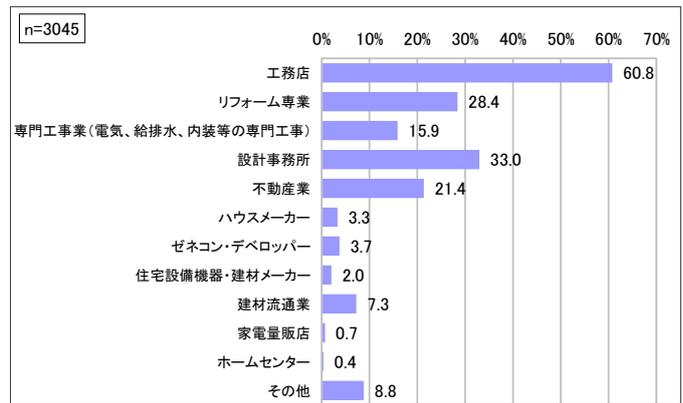


図 3-1-5 業種（問4 複数回答）※無回答を除く

4. 資本金

- ・資本金は「1,000万円～5,000万円」の事業者の割合が54.3%で最も高い。1,000万円未満の事業者の割合（36.0%）を含めると、9割の事業者が資本金5,000万円未満となっている。

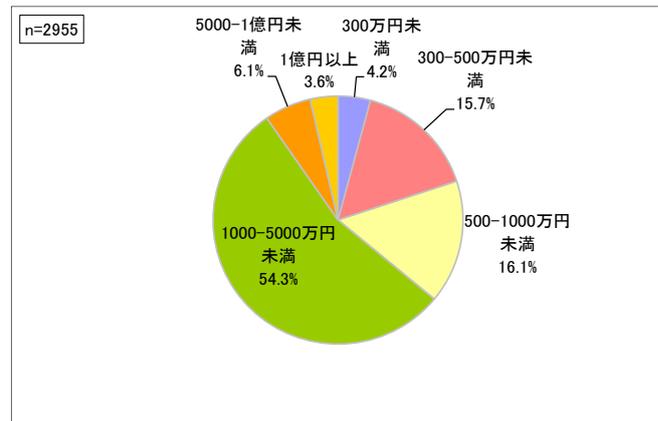


図 3-1-6 資本金（問5） ※無回答を除く

5. 過去3年間（平成27年度～平成29年度）の工事件数、総売上高

①過去3年間（平成27年度～平成29年度）の工事件数

- ・建築工事件数の推移をみると、「500件以上1,000件未満」でやや増加傾向がみられる。
- ・500万円未満のリフォーム工事の推移は「0件」、「10件未満」の割合が減少し、「10～100件未満」の割合が増加している傾向がみられる。500万円以上のリフォーム工事では「0件」の割合が減少し、「10件未満」と「10～100件未満」の割合が増加している傾向がみられる。



図 3-1-7 過去3年間の工事件数（問6） ※無回答を除く

②過去3年間（平成27年度～平成29年度）の総売上高

- ・リフォーム工事の総売上高の推移をみると、「1,000万円未満」の割合は年々減少している一方、「1,000万円～5,000万円未満」、「1億円～5億円未満」は年々増加している傾向がみられる。
- ・全事業者が回答した平成29年度のリフォーム総売上高合計をリフォーム件数の合計（500万円未満と500万円以上の合計）で除したリフォーム工事単価は98.37万円であった。

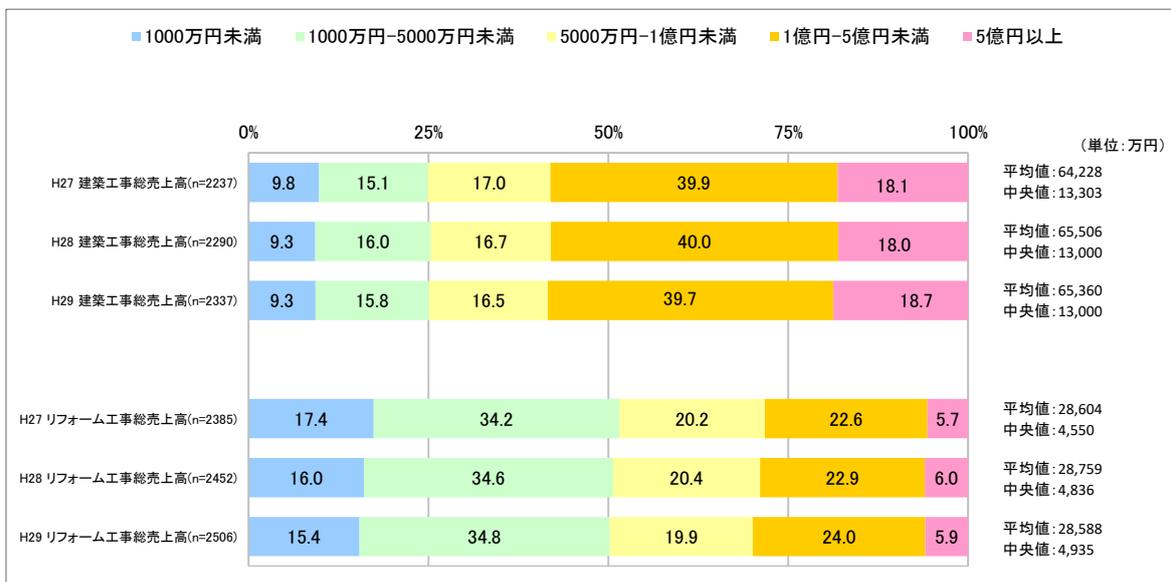


図 3-1-8 過去3年間の総売上高（問6） ※無回答を除く

III. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

③過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（工務店）

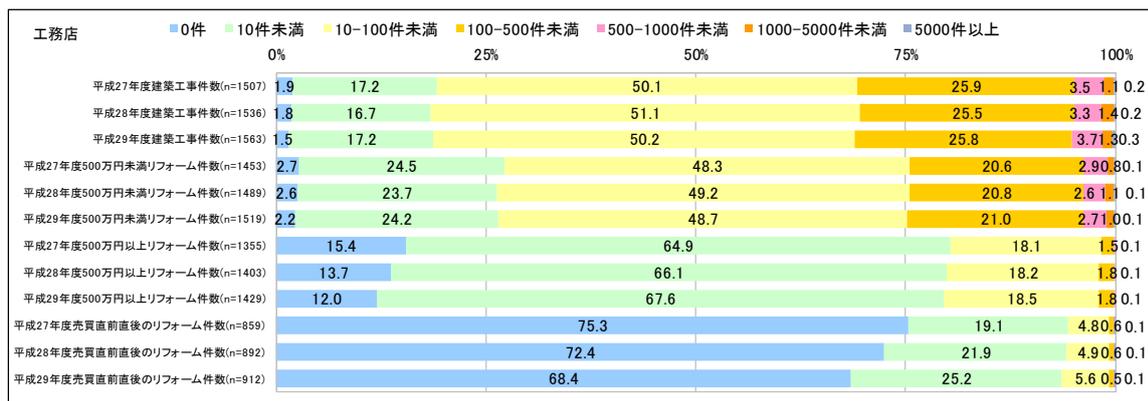


図 3-1-9 過去3年間の工事件数（問6）業種別（工務店） ※無回答を除く

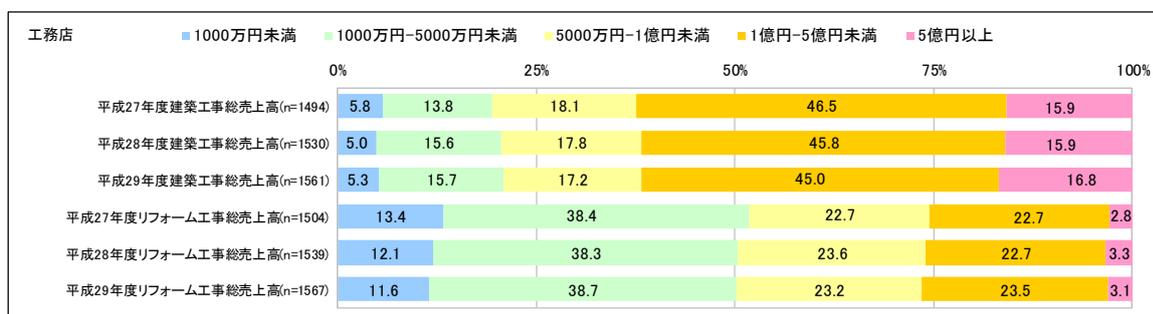


図 3-1-10 過去3年間の総売上高（問6）業種別（工務店） ※無回答を除く

④過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（リフォーム専業）

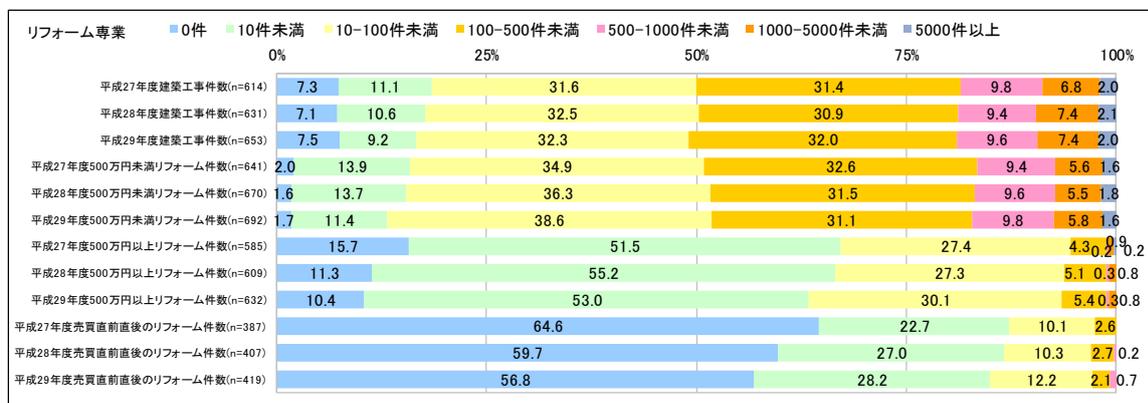


図 3-1-11 過去3年間の工事件数（問6）業種別（リフォーム専業） ※無回答を除く



図 3-1-12 過去3年間の総売上高（問6）業種別（リフォーム専業） ※無回答を除く

III. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

⑤過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（専門工事業）

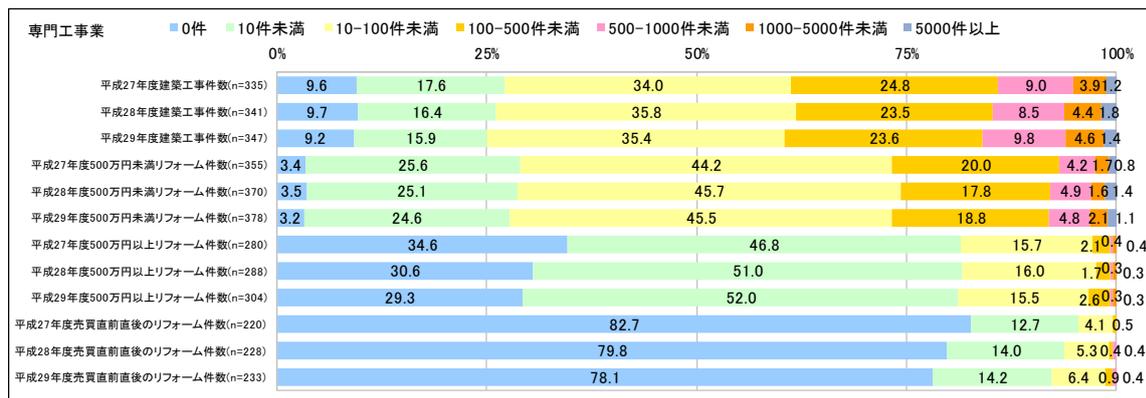


図 3-1-13 過去3年間の工事件数（問6）業種別（専門工事業） ※無回答を除く

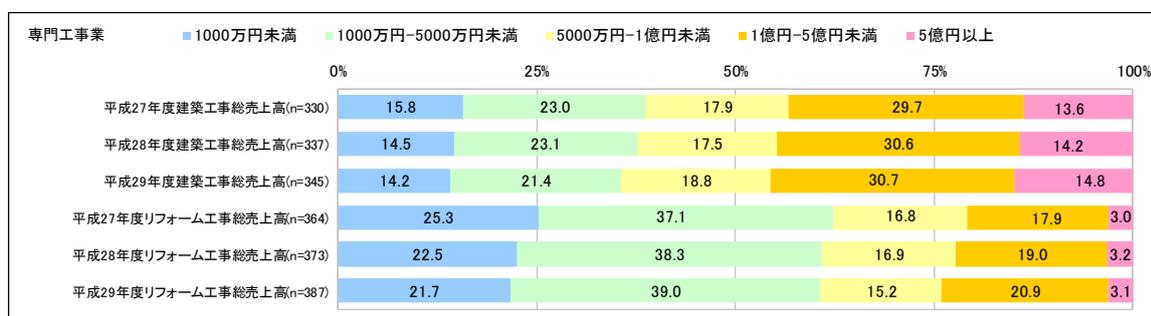


図 3-1-14 過去3年間の総売上高（問6）業種別（専門工事業） ※無回答を除く

⑥過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（設計事務所）



図 3-1-15 過去3年間の工事件数（問6）業種別（設計事務所） ※無回答を除く

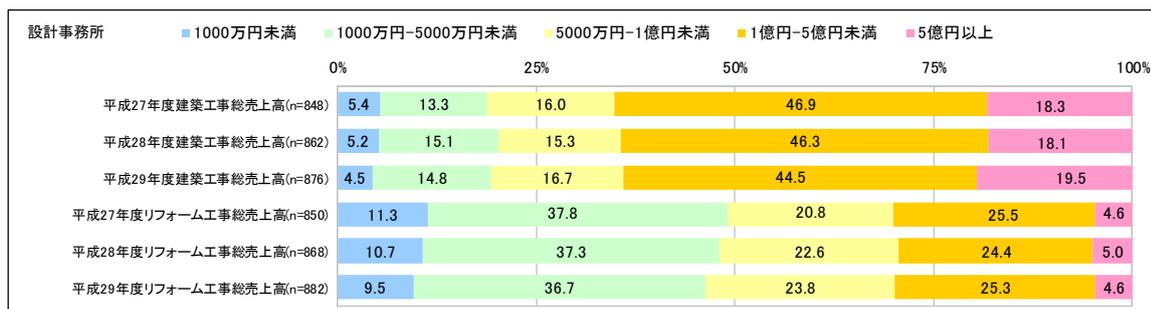


図 3-1-16 過去3年間の総売上高（問6）業種別（設計事務所） ※無回答を除く

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

⑦過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（不動産業）

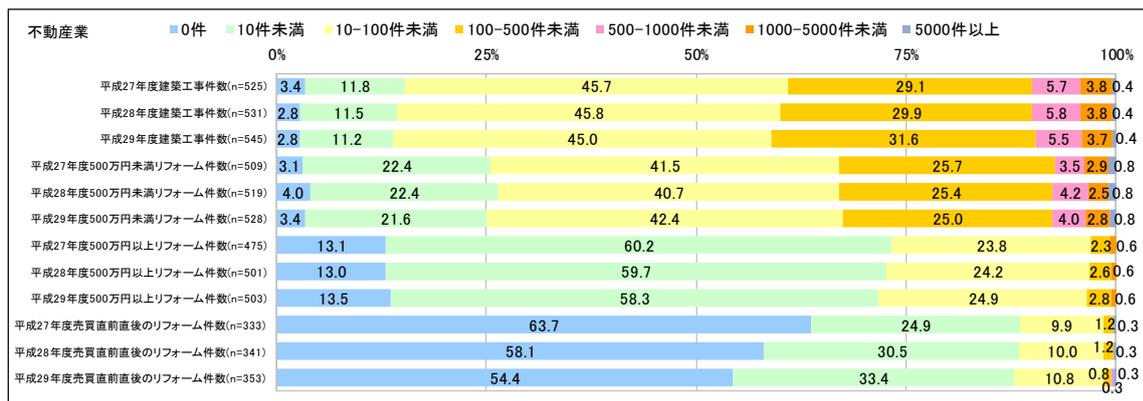


図 3-1-17 過去3年間の工事件数（問6）業種別（不動産業） ※無回答を除く

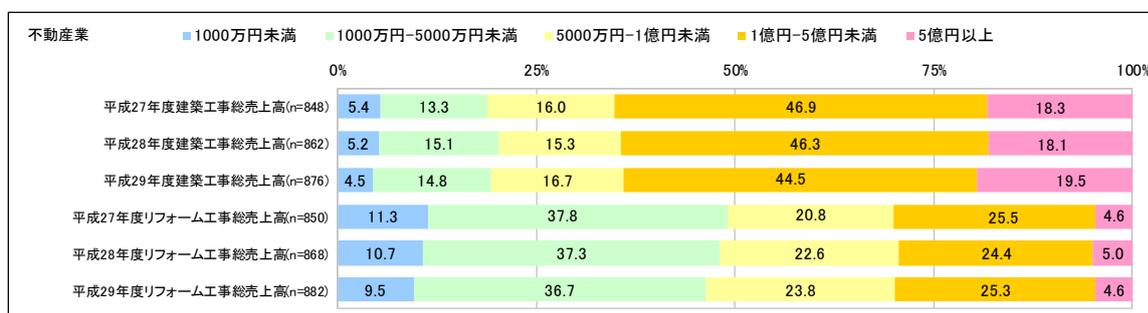


図 3-1-18 過去3年間の総売上高（問6）業種別（不動産業） ※無回答を除く

⑧過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（ハウスメーカー）

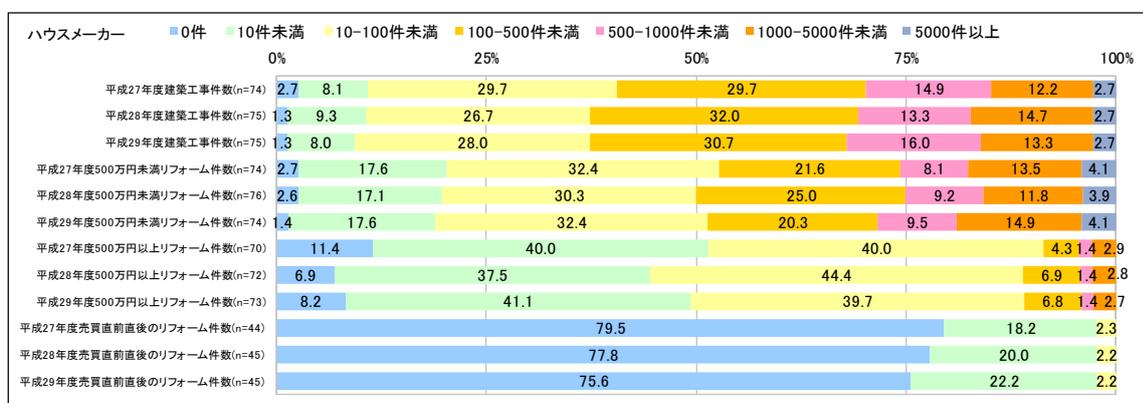


図 3-1-19 過去3年間の工事件数（問6）業種別（ハウスメーカー） ※無回答を除く

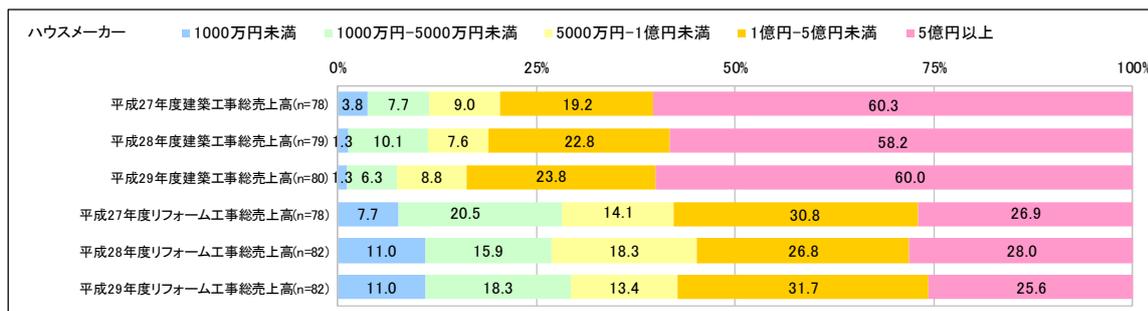


図 3-1-20 過去3年間の総売上高（問6）業種別（ハウスメーカー） ※無回答を除く

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

⑨過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（ゼネコン・デベロッパー）

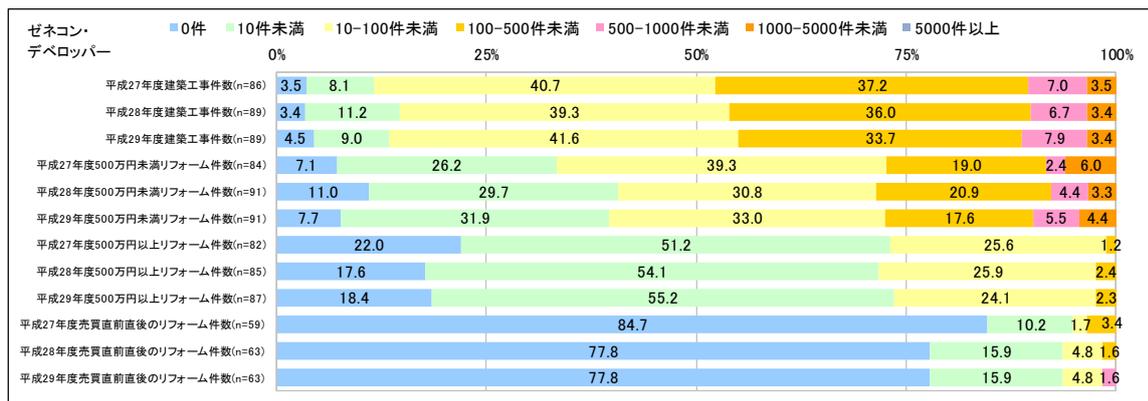


図 3-1-21 過去3年間の工事件数（問6）業種別（ゼネコン・デベロッパー） ※無回答を除く

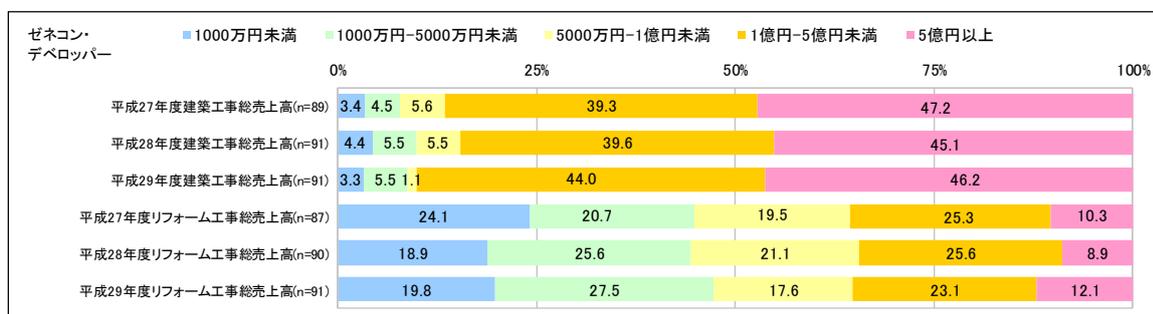


図 3-1-22 過去3年間の総売上高（問6）業種別（ゼネコン・デベロッパー） ※無回答を除く

⑩過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（住宅設備機器・建材メーカー）

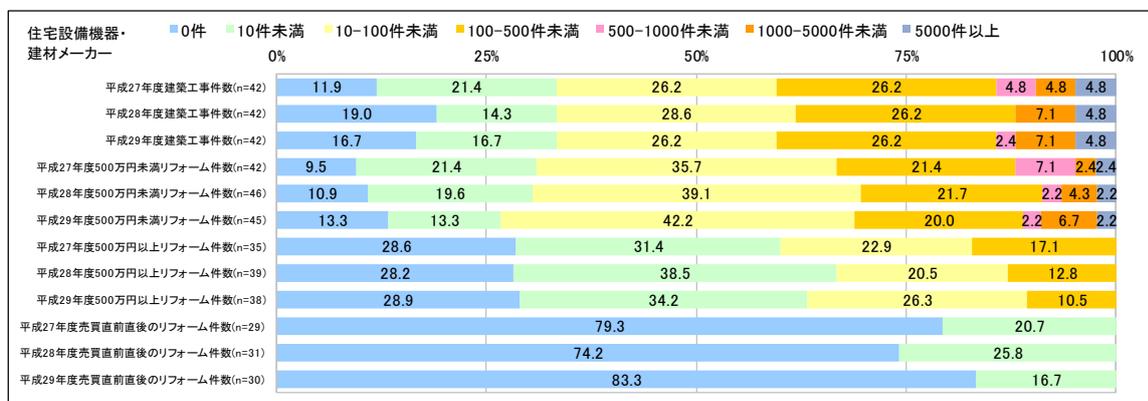


図 3-1-23 過去3年間の工事件数（問6）業種別（住宅設備機器・建材メーカー） ※無回答を除く

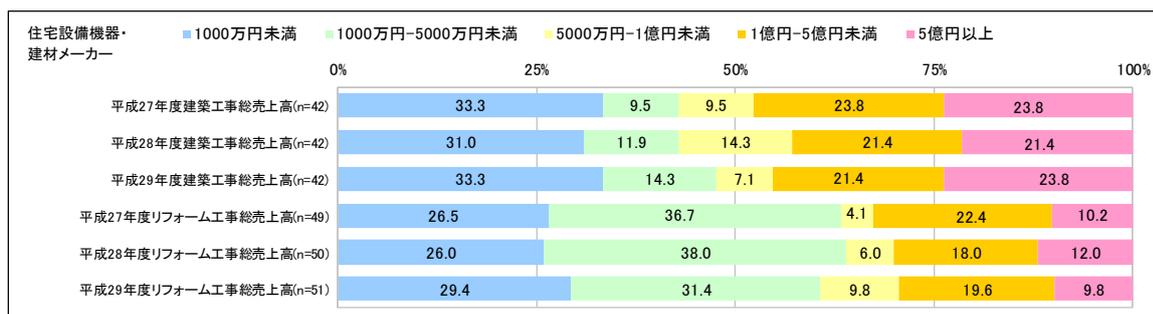


図 3-1-24 過去3年間の総売上高（問6）業種別（住宅設備機器・建材メーカー） ※無回答を除く

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

⑪過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（建材流通業）

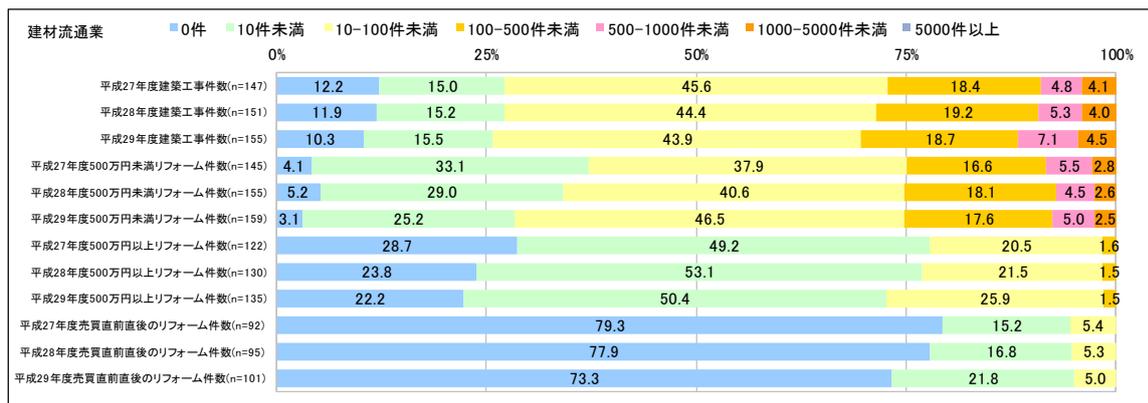


図 3-1-25 過去3年間の工事件数（問6）業種別（建材流通業） ※無回答を除く

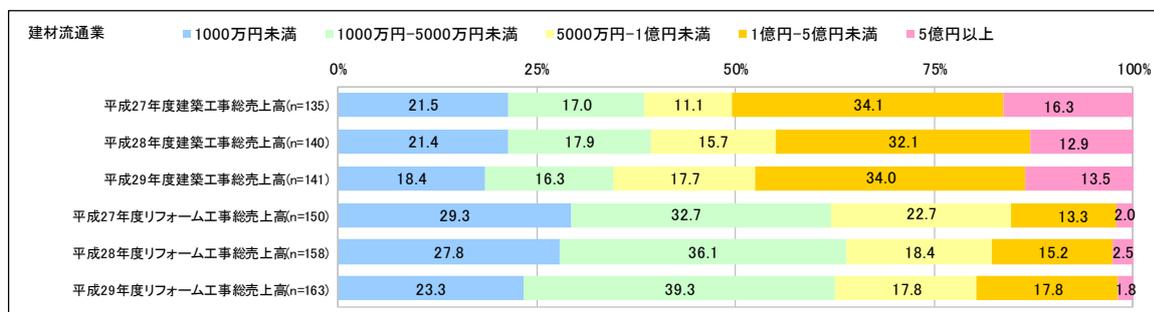


図 3-1-26 過去3年間の総売上高（問6）業種別（建材流通業） ※無回答を除く

⑫過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（家電量販店）

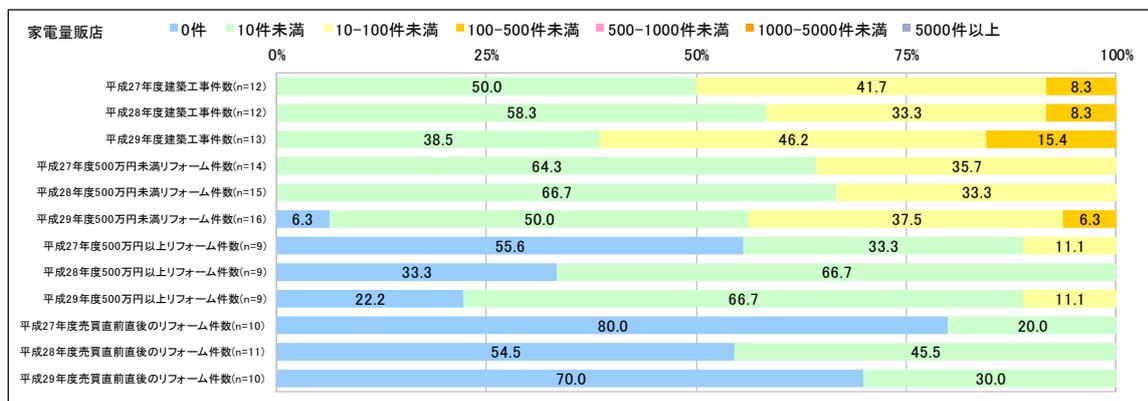


図 3-1-27 過去3年間の工事件数（問6）業種別（家電量販店） ※無回答を除く

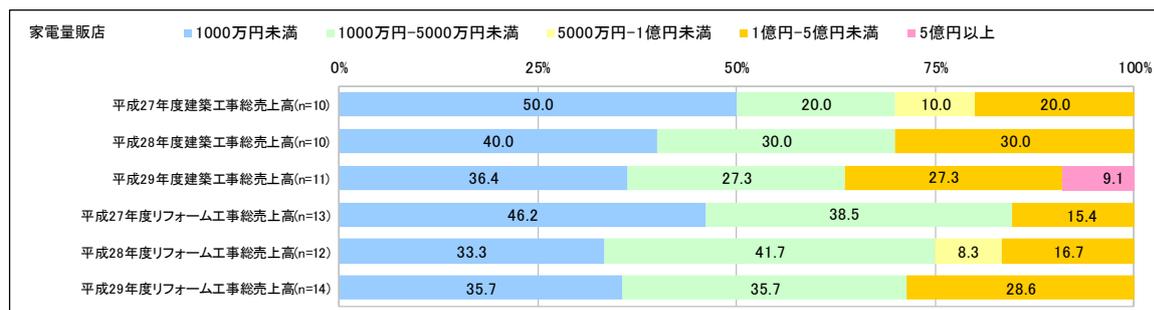


図 3-1-28 過去3年間の総売上高（問6）業種別（家電量販店） ※無回答を除く

⑬過去3年間の工事件数・売上高 業種別集計（ホームセンター）

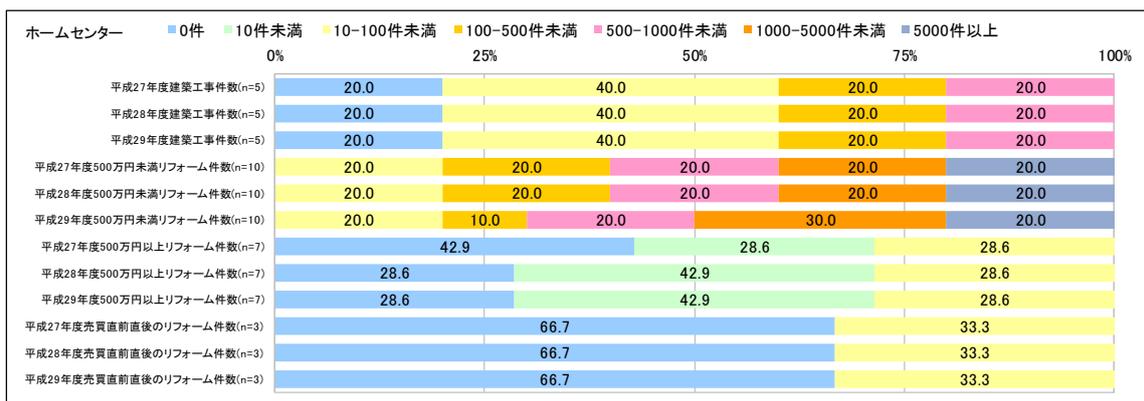


図 3-1-29 過去3年間の工事件数（問6）業種別（ホームセンター） ※無回答を除く



図 3-1-30 過去3年間の総売上高（問6）業種別（ホームセンター） ※無回答を除く

6. リフォームの受注の割合（元請、下請）

- ・リフォームの受注の割合は、「元請のみ」が 56.9%と最も高い。「元請中心」（28.6%）と合わせると、85.5%の事業者が元請受注が多いと回答している。

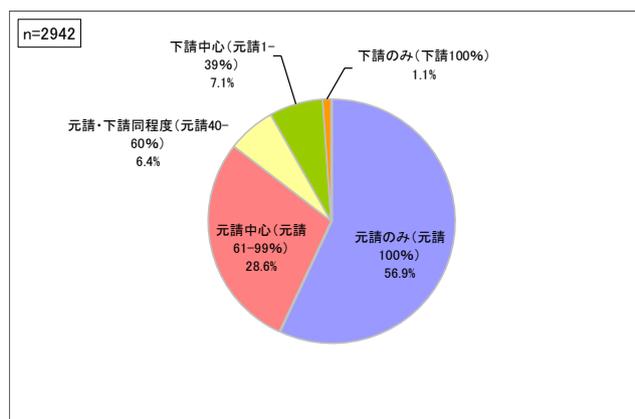


図 3-1-31 リフォームの受注の割合（問7） ※無回答を除く

〔業種別集計〕

- ・「元請のみ」が高い業種は、「ハウスメーカー」（80.8%）、「ゼネコン・デベロッパー」（77.3%）、「不動産業」（73.9%）で7割を超えている。
- ・「専門工事業」、「住宅設備・建材メーカー」、「建材流通業」については、他業種に比べて「元請のみ」の割合が低く、下請中心の割合が高くなっている。

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

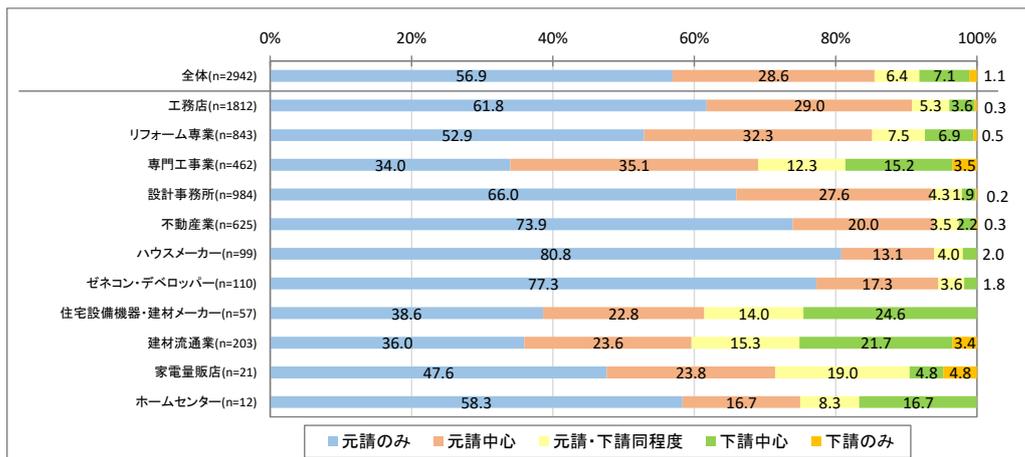


図 3-1-32 リフォームの受注の割合（問7）業種別 ※無回答を除く

7. リフォーム取扱事業所数

- ・リフォームを取り扱っている事業所数は「1箇所」が83.4%、「2箇所」が8.1%で合わせて9割以上を占める。

表 3-1-1 リフォームを扱っている事業所数（問8）

	回答数	%
全体	2968	100.0
0箇所	45	1.5
1箇所	2484	83.7
2箇所	239	8.1
3箇所	71	2.4
4箇所	35	1.2
5箇所	18	0.6
6-10箇所未満	29	1.0
10-20箇所未満	27	0.9
20箇所以上	20	0.7

※無回答を除く

[業種別集計]

- ・工務店とリフォーム専業を比べると、2箇所以上のリフォーム取扱事業所数を持つ割合はリフォーム専業の方が高くなっている。

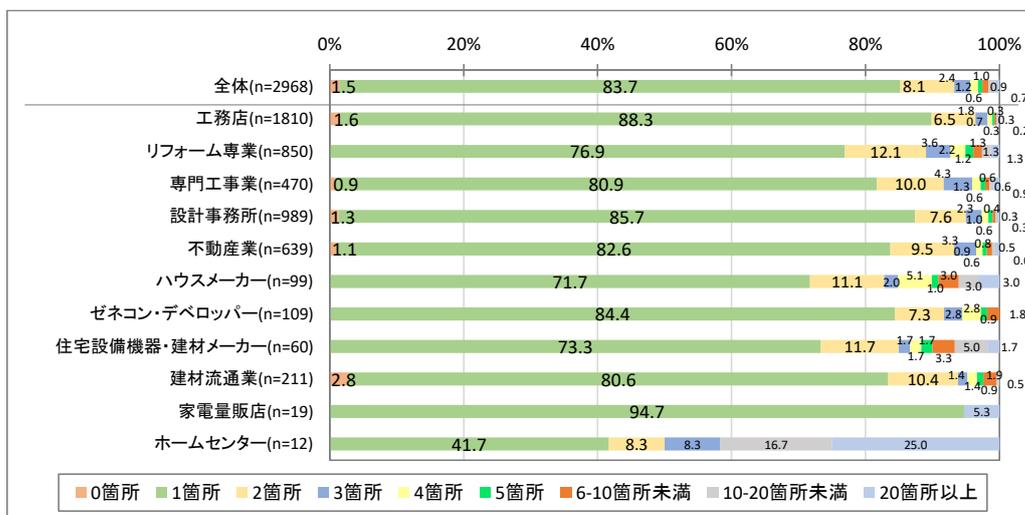


図 3-1-33 リフォームを扱っている事業所数（問8）業種別 ※無回答を除く

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

表 3-1-2 リフォームを扱っている事業所数（問 8）業種別 ※無回答を除く

		回答数 (%)	0箇所	1箇所	2箇所	3箇所	4箇所	5箇所	6-10箇所 未満	10-20箇所 未満	20箇所 以上
全体		2,968 (100.0)	45 (1.5)	2,484 (83.7)	239 (8.1)	71 (2.4)	35 (1.2)	18 (0.6)	29 (1.0)	27 (0.9)	20 (0.7)
業種	工務店	1,810 (100.0)	29 (1.6)	1,598 (88.3)	118 (6.5)	33 (1.8)	13 (0.7)	6 (0.3)	5 (0.3)	5 (0.3)	3 (0.2)
	リフォーム専業	850 (100.0)	0 (0.0)	654 (76.9)	103 (12.1)	31 (3.6)	19 (2.2)	10 (1.2)	11 (1.3)	11 (1.3)	11 (1.3)
	専門工事業(電気、給排水、内装等の 専門工事)	470 (100.0)	4 (0.9)	380 (80.9)	47 (10.0)	20 (4.3)	6 (1.3)	3 (0.6)	3 (0.6)	3 (0.6)	4 (0.9)
	設計事務所	989 (100.0)	13 (1.3)	848 (85.7)	75 (7.6)	23 (2.3)	10 (1.0)	6 (0.6)	4 (0.4)	3 (0.3)	3 (0.3)
	不動産業	639 (100.0)	7 (1.1)	528 (82.6)	61 (9.5)	21 (3.3)	6 (0.9)	4 (0.6)	5 (0.8)	3 (0.5)	4 (0.6)
	ハウスメーカー	99 (100.0)	0 (0.0)	71 (71.7)	11 (11.1)	2 (2.0)	5 (5.1)	1 (1.0)	3 (3.0)	3 (3.0)	3 (3.0)
	ゼネコン・デベロッパー	109 (100.0)	0 (0.0)	92 (84.4)	8 (7.3)	3 (2.8)	3 (2.8)	1 (0.9)	2 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)
	住宅設備機器・建材メーカー	60 (100.0)	0 (0.0)	44 (73.3)	7 (11.7)	1 (1.7)	1 (1.7)	1 (1.7)	2 (3.3)	3 (5.0)	1 (1.7)
	建材流通業	211 (100.0)	6 (2.8)	170 (80.6)	22 (10.4)	3 (1.4)	3 (1.4)	2 (0.9)	4 (1.9)	1 (0.5)	0 (0.0)
	家電量販店	19 (100.0)	0 (0.0)	18 (94.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.3)
	ホームセンター	12 (100.0)	0 (0.0)	5 (41.7)	1 (8.3)	1 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (25.0)

8. 営業展開エリア、営業活動エリア

①営業展開エリア

- ・営業展開エリアは「市区町村単位」の割合が47.1%、「都道府県単位」が41.9%となっており、限定した地域で展開している事業者が多い。

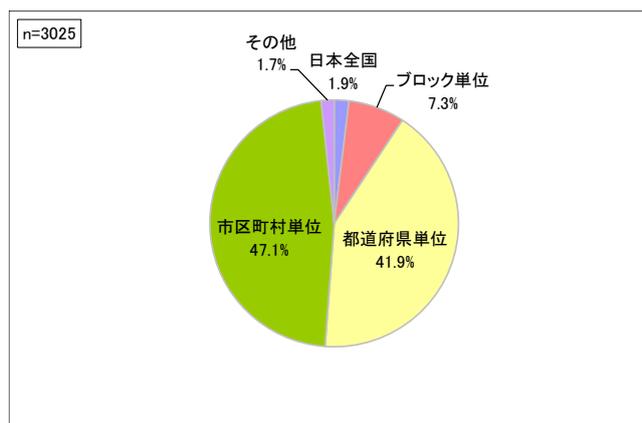


図 3-1-34 営業展開エリア（問 9）※無回答を除く

②営業活動エリア

- ・営業活動エリアは、50 km未満の事業者が6割を超えている。

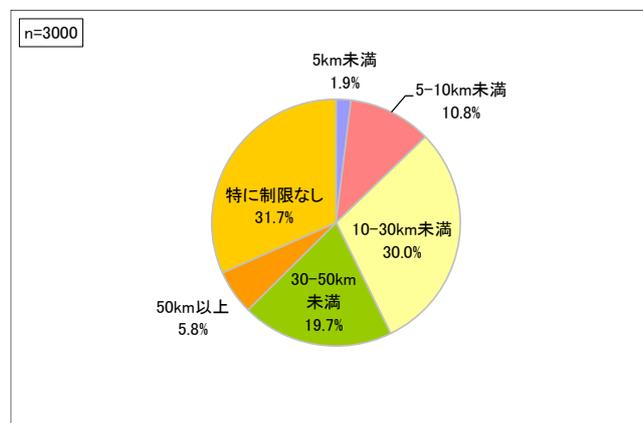


図 3-1-35 営業活動エリア（問 10）※無回答を除く

9. 建設業許可の有無

- 建設業許可は「一般」(74.5%)、「特定」(17.7%) 合わせて 92.2%の事業者が建設業の許可を取得している。

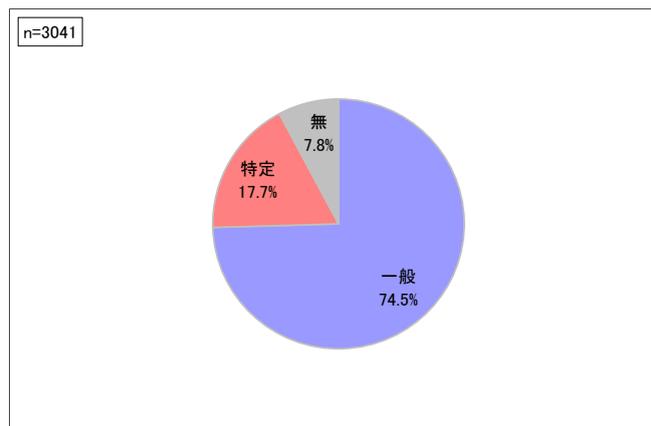


図 3-1-36 建設業許可の有無 (問 11) ※無回答を除く

[業種別集計]

- 建設業許可有りの割合は、「ゼネコン・デベロッパー」、「工務店」、「設計事務所」、「ハウスメーカー」、「不動産業」で 95%を超えている。一方、最も低い「家電量販店」では 52.4%にとどまっている。



図 3-1-37 建設業許可の有無 (問 11) 業種別 ※無回答を除く

10. 建築士事務所登録の有無

- 建築士事務所登録は「有」が 58.5%となっている。

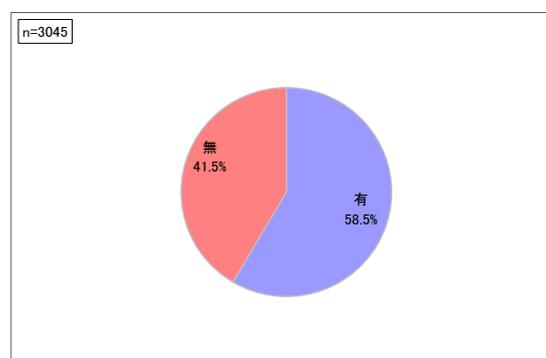


図 3-1-38 建築士事務所登録の有無 (問 12) ※無回答を除く

[業種別集計]

- 建築士事務所の登録有は「設計事務所」が 98.9%と最も高い。次いで「ゼネコン・デベロッパー」が 82.3%、「ハウスメーカー」が 80.2%となっている。「工務店」は 72.5%が登録有となっている。

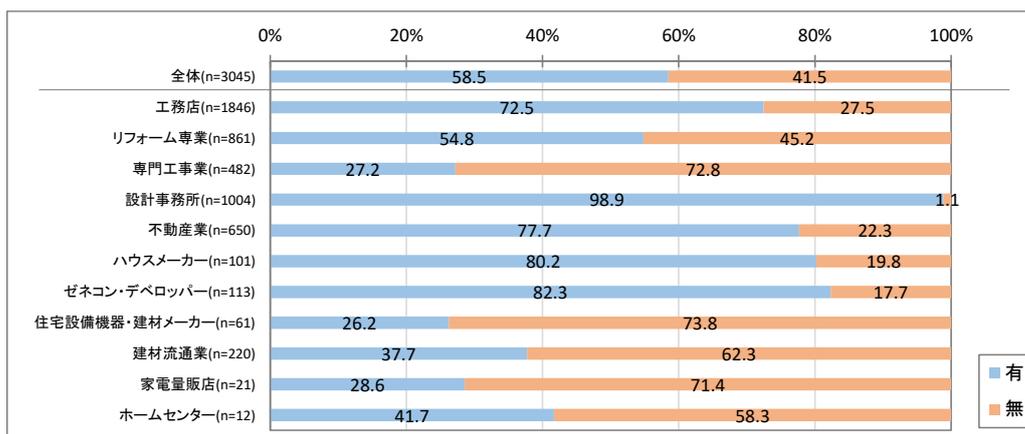


図 3-1-39 建築士事務所登録の有無（問 12）業種別 ※無回答を除く

1.1. 宅地建物取引業免許の有無

- ・宅地建物取引業免許は「有」が 37.0%、「無」が 63.0%となっている。

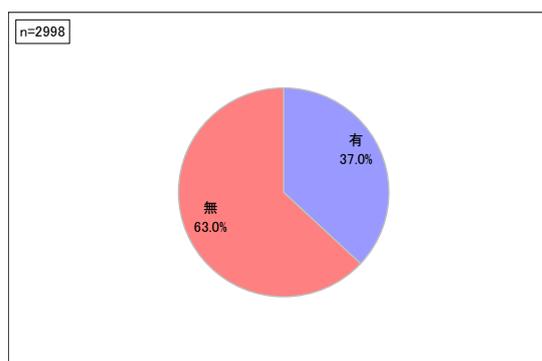


図 3-1-40 宅地建物取引業免許の有無（問 13）※無回答を除く

[業種別集計]

- ・宅地建物取引業免許有の割合は「不動産業」が 99.1%と最も高い。次いで「ハウスメーカー」が 78.8%、「ゼネコン・デベロッパー」が 61.6%となっている。「工務店」では 42.7%、「リフォーム専門」では 36.5%が宅地建物取引業免許有となっている。

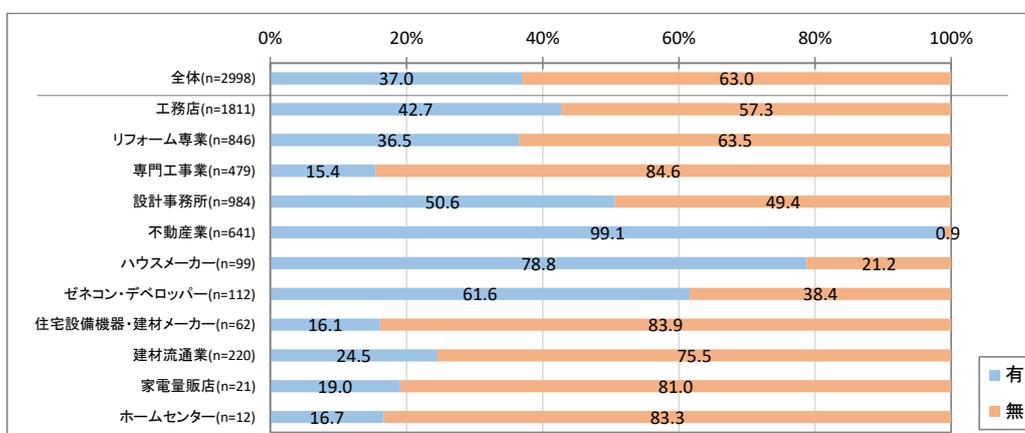


図 3-1-41 宅地建物取引業免許の有無（問 13）業種別 ※無回答を除く

12. 全従業員数（営業所等含む）、リフォーム専属従事人数

①全従業員数（営業所等含む）

- ・全従業員数は「10人未満」が58.0%、「10人～50人未満」が32.8%となっており、50人未満の事業者が9割を占める。

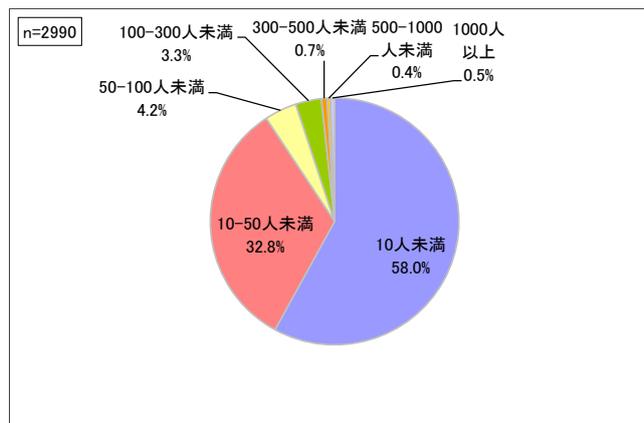


図 3-1-42 全従業員数（営業所等含む）（問 14）※無回答を除く

[業種別集計]

- ・工務店では「10人未満」の割合が65.7%、「10人～50人未満」の割合が30.7%で96.4%の工務店が50人未満となっている。

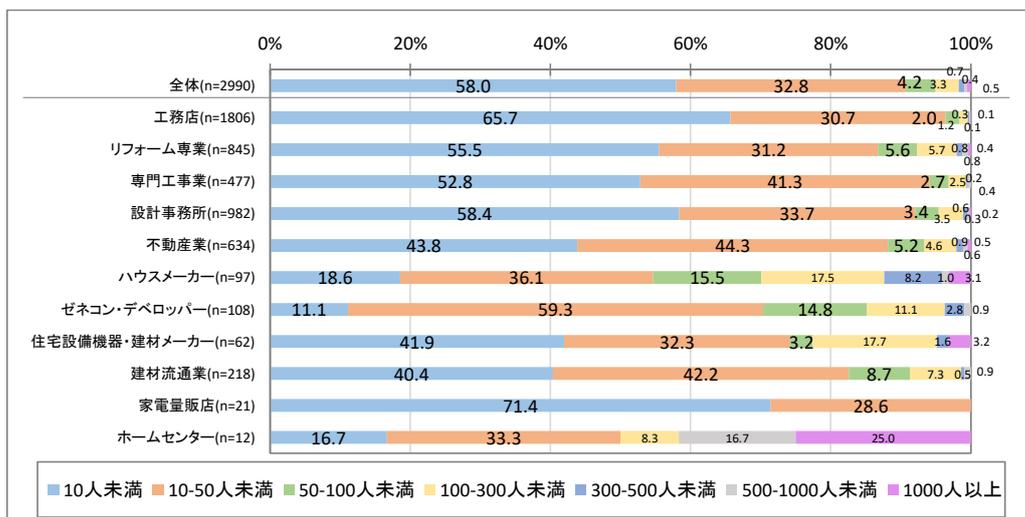


図 3-1-43 全従業員数（営業所等含む）（問 14）業種別 ※無回答を除く

表 3-1-2 全従業員数（営業所等含む）（問 14）業種別 ※無回答を除く

		回答数 (%)	10人未満	10-50人未満	50-100人未満	100-300人未満	300-500人未満	500-1000人未満	1000人以上
全体		2,990 (100.0)	1,733 (58.0)	980 (32.8)	126 (4.2)	100 (3.3)	22 (0.7)	13 (0.4)	16 (0.5)
業種	工務店	1,806 (100.0)	1,186 (65.7)	555 (30.7)	36 (2.0)	21 (1.2)	5 (0.3)	2 (0.1)	1 (0.1)
	リフォーム専業	845 (100.0)	469 (55.5)	264 (31.2)	47 (5.6)	48 (5.7)	7 (0.8)	7 (0.8)	3 (0.4)
	専門工事業(電気、給排水、内装等の専門工事)	477 (100.0)	252 (52.8)	197 (41.3)	13 (2.7)	12 (2.5)	1 (0.2)	2 (0.4)	0 (0.0)
	設計事務所	982 (100.0)	573 (58.4)	331 (33.7)	33 (3.4)	34 (3.5)	6 (0.6)	3 (0.3)	2 (0.2)
	不動産業	634 (100.0)	278 (43.8)	281 (44.3)	33 (5.2)	29 (4.6)	6 (0.9)	4 (0.6)	3 (0.5)
	ハウスメーカー	97 (100.0)	18 (18.6)	35 (36.1)	15 (15.5)	17 (17.5)	8 (8.2)	1 (1.0)	3 (3.1)
	ゼネコン・デベロッパ	108 (100.0)	12 (11.1)	64 (59.3)	16 (14.8)	12 (11.1)	3 (2.8)	1 (0.9)	0 (0.0)
	住宅設備機器・建材メーカー	62 (100.0)	26 (41.9)	20 (32.3)	2 (3.2)	11 (17.7)	1 (1.6)	0 (0.0)	2 (3.2)
	建材流通業	218 (100.0)	88 (40.4)	92 (42.2)	19 (8.7)	16 (7.3)	1 (0.5)	2 (0.9)	0 (0.0)
	家電量販店	21 (100.0)	15 (71.4)	6 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	ホームセンター	12 (100.0)	2 (16.7)	4 (33.3)	0 (0.0)	1 (8.3)	0 (0.0)	2 (16.7)	3 (25.0)

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

②リフォーム専属従事人数

- ・リフォーム専属従事人数は「10人未満」が90.7%で9割を占める。

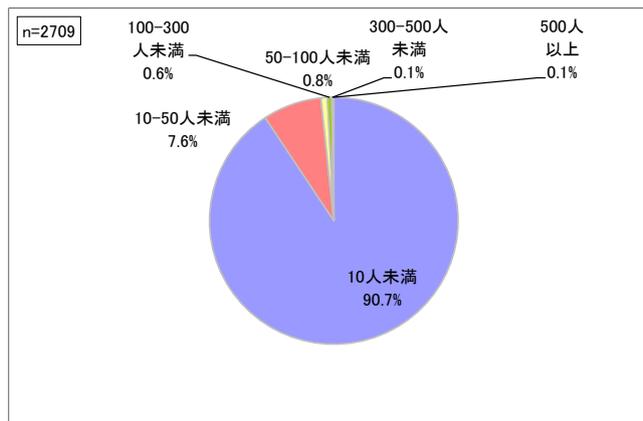


図 3-1-44 リフォーム専属従事人数 (問 14) ※無回答を除く

[業種別集計]

- ・「ハウスメーカー」、「ホームセンター」、「リフォーム専門」では他の業種に比べてリフォーム専属従事人数が10人以上の割合が高い。

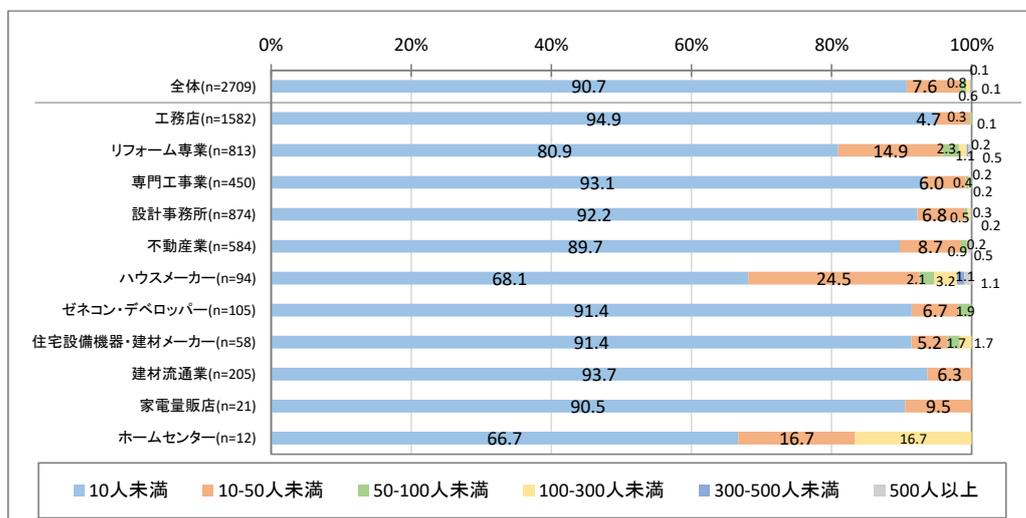


図 3-1-45 リフォーム専属従事人数 (問 14) 業種別 ※無回答を除く

表 3-1-3 リフォーム専属従事人数 (問 14) 業種別 ※無回答を除く

		回答数 (%)	10人未満	10-50人未満	50-100人未満	100-300人未満	300-500人未満	500人以上
全体		2,709 (100.0)	2,457 (90.7)	207 (7.6)	23 (0.8)	15 (0.6)	3 (0.1)	4 (0.1)
業種	工務店	1,582 (100.0)	1,502 (94.9)	74 (4.7)	4 (0.3)	2 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)
	リフォーム専門	813 (100.0)	658 (80.9)	121 (14.9)	19 (2.3)	9 (1.1)	2 (0.2)	4 (0.5)
	専門工事業(電気、給排水、内装等の専門工事)	450 (100.0)	419 (93.1)	27 (6.0)	2 (0.4)	1 (0.2)	0 (0.0)	1 (0.2)
	設計事務所	874 (100.0)	806 (92.2)	59 (6.8)	4 (0.5)	3 (0.3)	0 (0.0)	2 (0.2)
	不動産業	584 (100.0)	524 (89.7)	51 (8.7)	5 (0.9)	1 (0.2)	0 (0.0)	3 (0.5)
	ハウスメーカー	94 (100.0)	64 (68.1)	23 (24.5)	2 (2.1)	3 (3.2)	1 (1.1)	1 (1.1)
	ゼネコン・デベロッパー	105 (100.0)	96 (91.4)	7 (6.7)	2 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	住宅設備機器・建材メーカー	58 (100.0)	53 (91.4)	3 (5.2)	1 (1.7)	1 (1.7)	0 (0.0)	0 (0.0)
	建材流通業	205 (100.0)	192 (93.7)	13 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	家電量販店	21 (100.0)	19 (90.5)	2 (9.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	ホームセンター	12 (100.0)	8 (66.7)	2 (16.7)	0 (0.0)	2 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)

1.3. 大工、左官等の職人数

- 「従業員職人」は「0人」の割合が48.3%であり、およそ半数の事業者が職人を直接雇用していない現状が見える。「外注常備」や「その都度契約」では5人以上の職人を確保している割合は約3割となる。

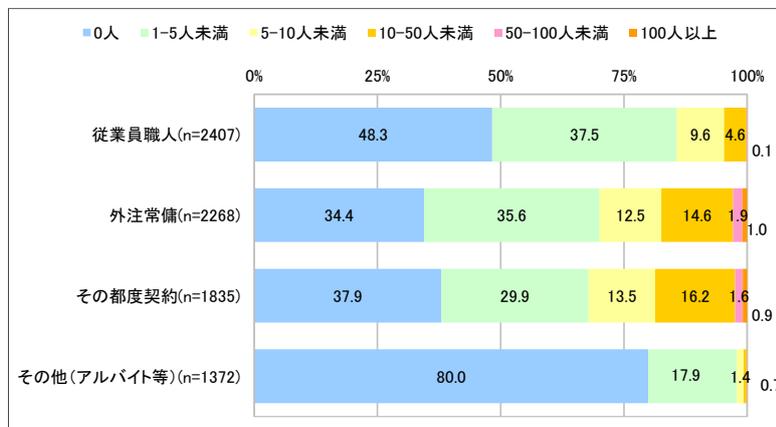


図 3-1-46 大工、左官等の職人数（問 15）※無回答を除く

[業種別集計]

- 「従業員職人」を1人以上雇用している事業者の割合は工務店で約6割、リフォーム專業では5割を切る。「外注常備」では工務店、リフォーム專業共に約7割が1人以上の職人を確保している。



図 3-1-47 大工、左官等の職人数（問 15）
業種別（工務店）※無回答を除く

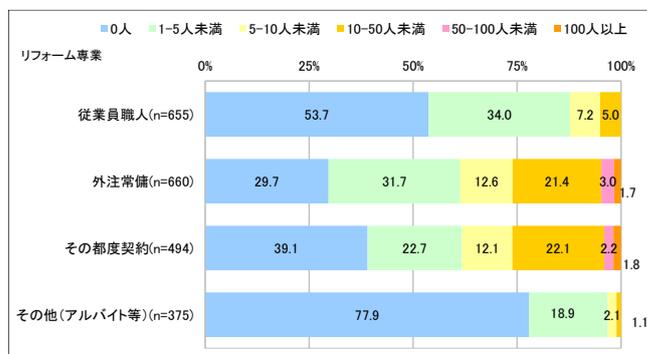


図 3-1-48 大工、左官等の職人数（問 15）
業種別（リフォーム專業）※無回答を除く

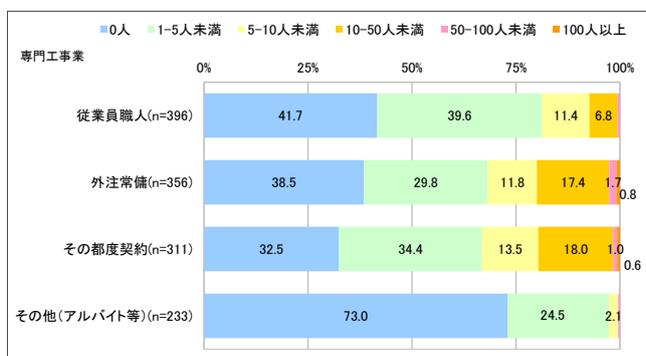


図 3-1-49 大工、左官等の職人数（問 15）
業種別（専門工事業）※無回答を除く

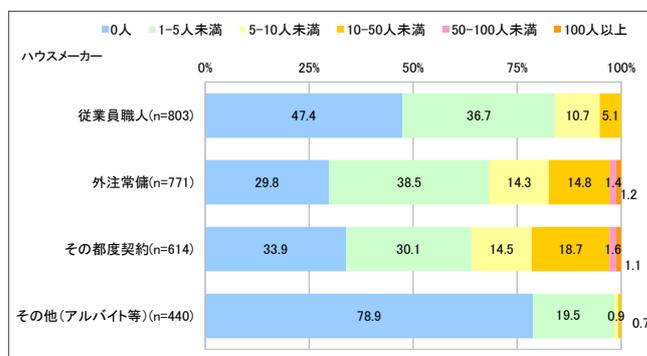


図 3-1-50 大工、左官等の職人数（問 15）
業種別（ハウスメーカー）※無回答を除く

1.4. 資格者の有無及び人数

・最も保有率が高い資格は「二級建築士」で、二級建築士が1人以上所属する事業者は64.5%となっている。次いで、「一級建築士」41.9%、「二級建築施工管理技士」41.8%、「宅地建物取引士」40.4%となっている。

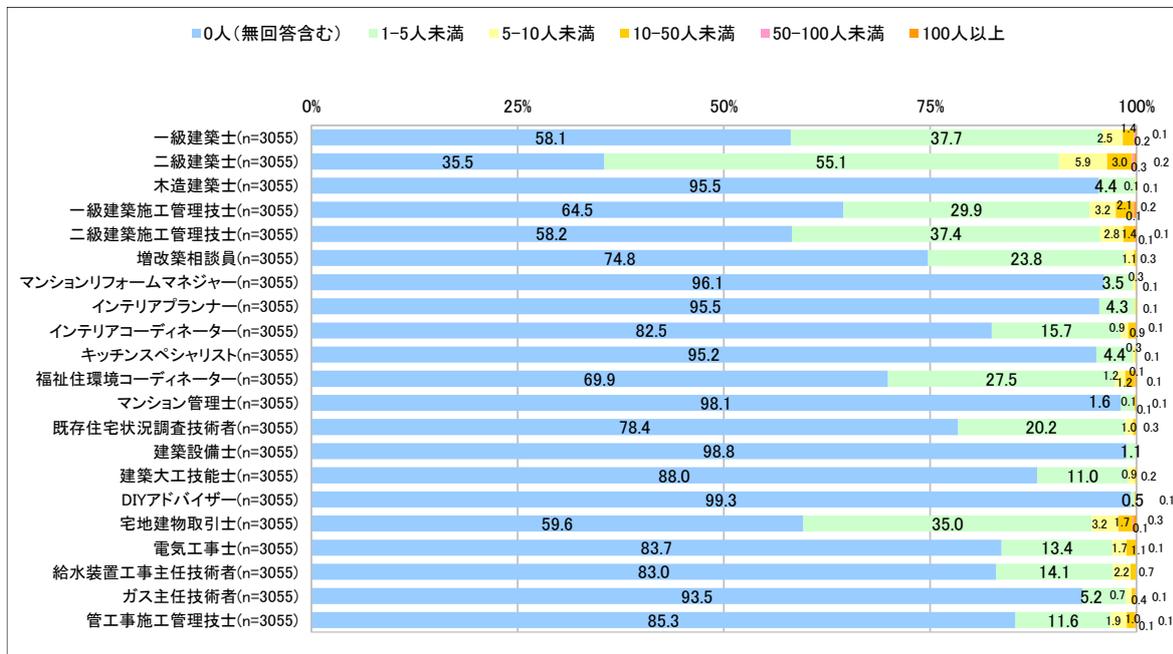


図 3-1-51 資格者の有無及び人数 (問 16) ※無回答は 0 人として集計

[業種別集計]

・工務店と不動産業では一級建築士が1人以上所属する割合が他業種に比べて高い。

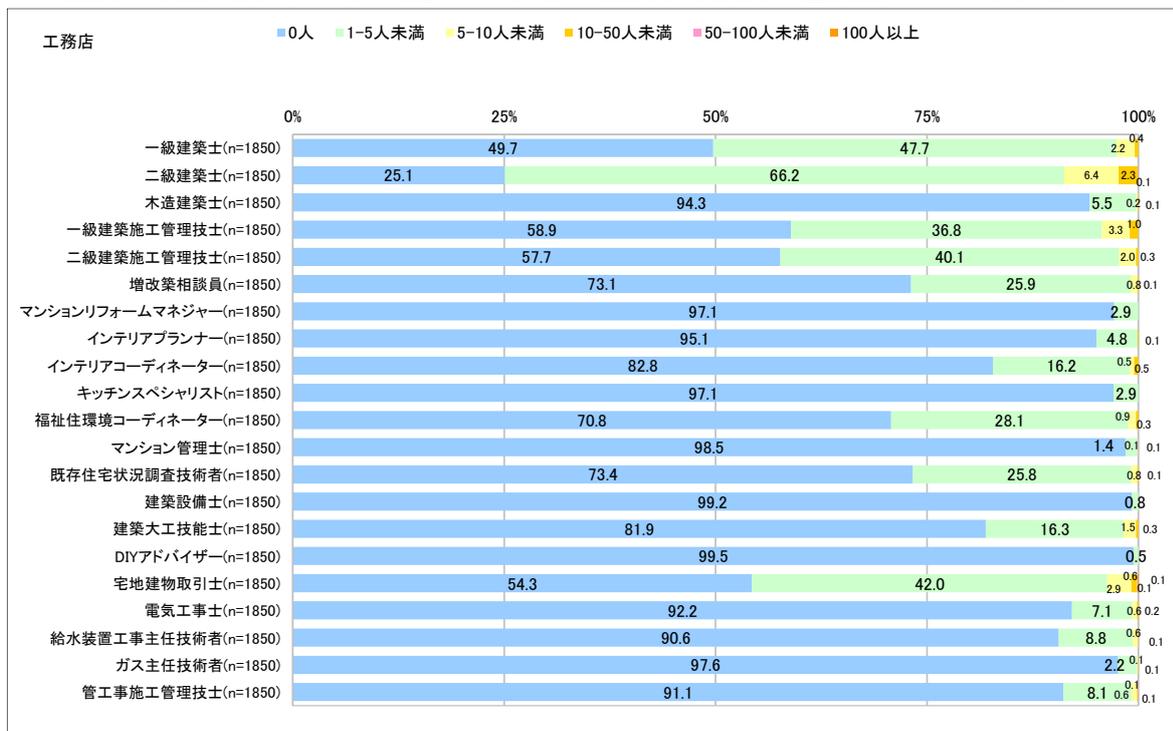


図 3-1-52 資格者の有無及び人数 (問 16) 業種別 (工務店) ※無回答は 0 人として集計

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

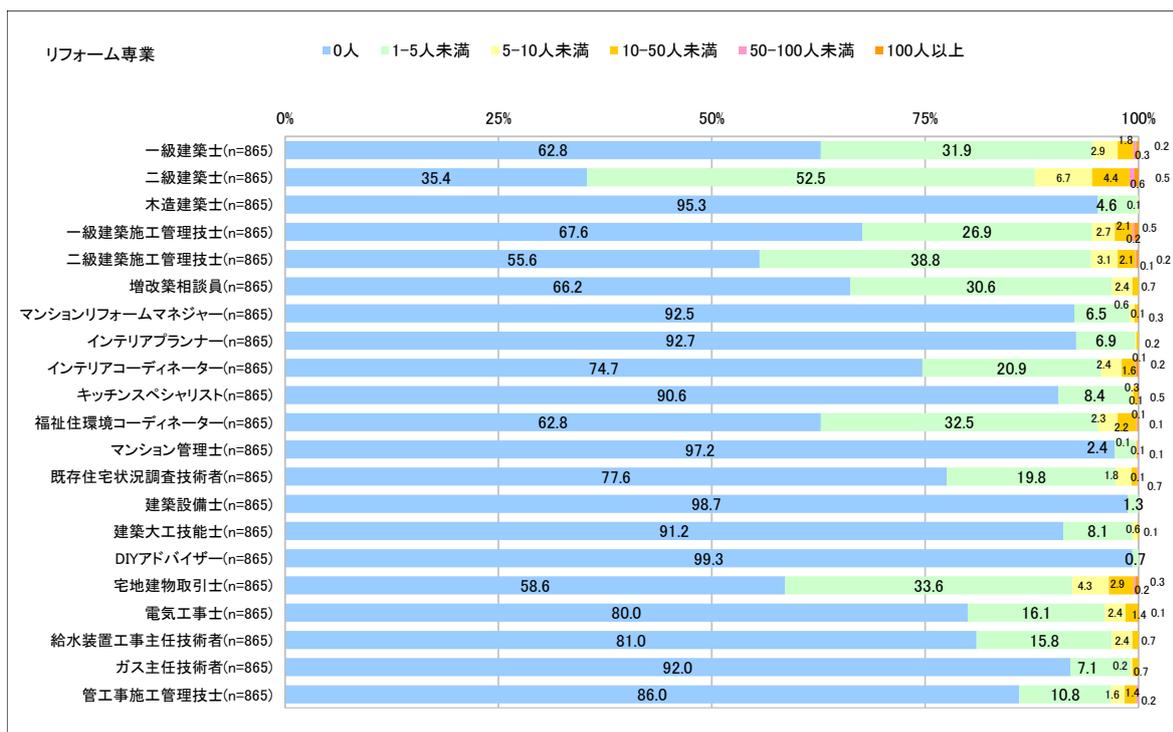


図 3-1-53 資格者の有無及び人数（問 16）業種別（リフォーム専業） ※無回答は0人として集計

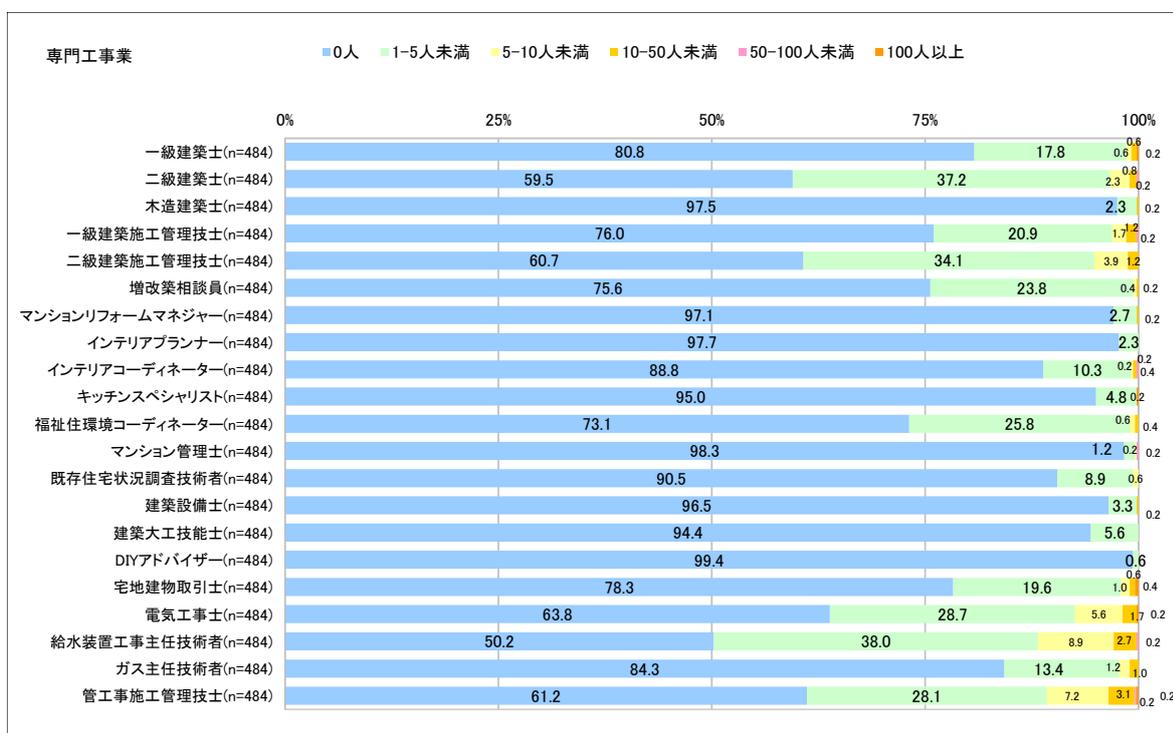


図 3-1-54 資格者の有無及び人数（問 16）業種別（専門工事業） ※無回答は0人として集計

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

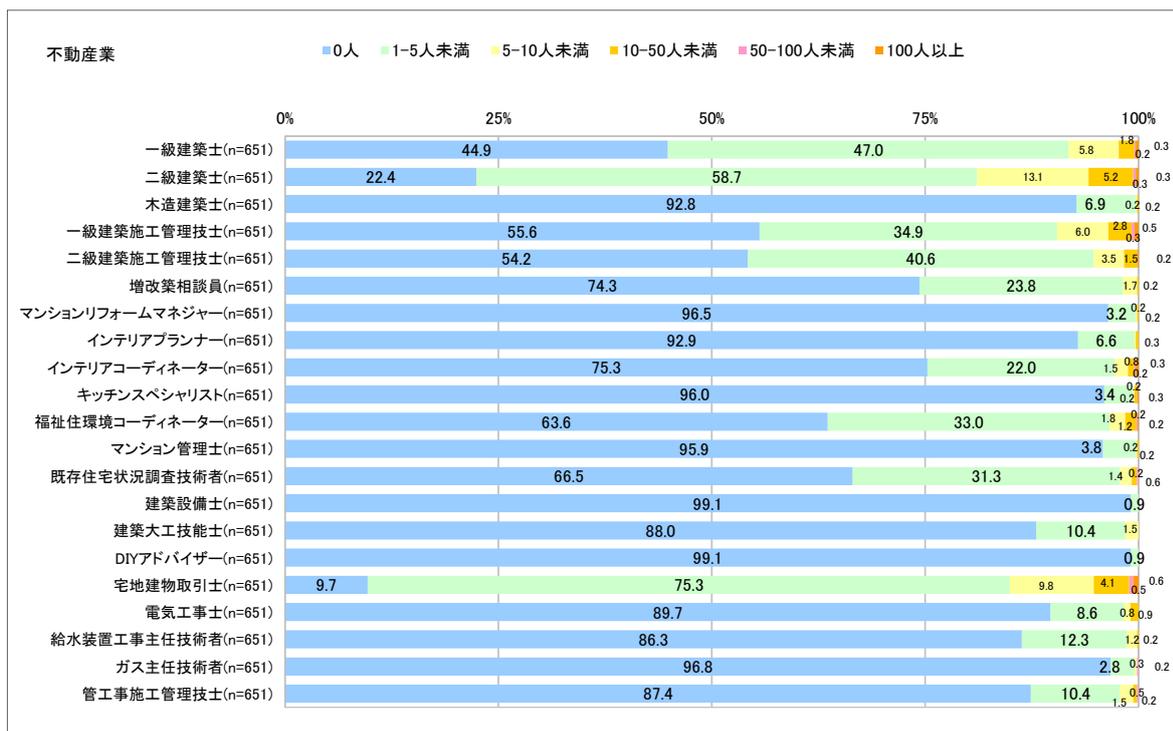


図 3-1-55 資格者の有無及び人数（問 16）業種別（不動産業） ※無回答は 0 人として集計

1.5. リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況と見通し

・リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況は、「資材は充足しているが人手が不足している」（66.3%）と「人手も資材も不足している」（5.9%）を合わせると 7 割以上が人手不足を感じている。また、将来の見通しでは「人手も資材も不安がある」（15.6%）と「資材の不安はないが人手の不安がある」（67.1%）の合計が 8 割を超え、人手不足について将来の不安を感じている事業者が多い。

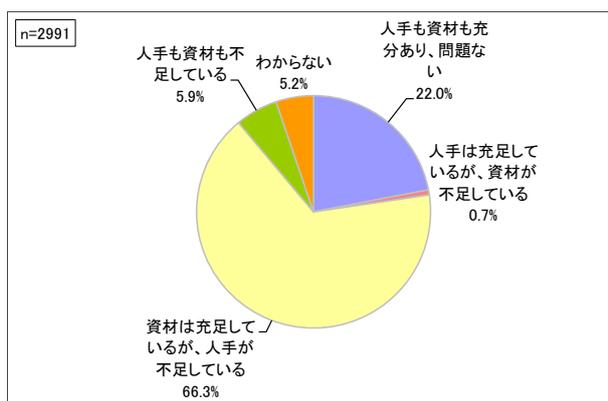


図 3-1-56 リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況（問 17）※無回答を除く

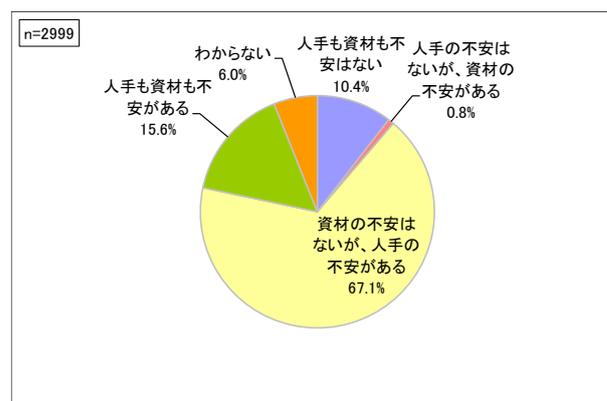


図 3-1-57 リフォーム工事に携わる職人や資材の将来の見通し（問 18）※無回答を除く

Ⅲ. 調査結果の詳細 第1章 リフォーム事業者の事業規模、従業員等の概要

〔業種別集計〕

- ・工務店の23.7%が「人手も資材も充分あり、問題ない」と回答。ホームセンター、ハウスメーカー、ゼネコン・デベロッパーでは「資材は充足しているが人手が不足している」と「人手も資材も不足している」を合わせた比率が8割を超えており、他の業種に比べ人手不足を感じている。

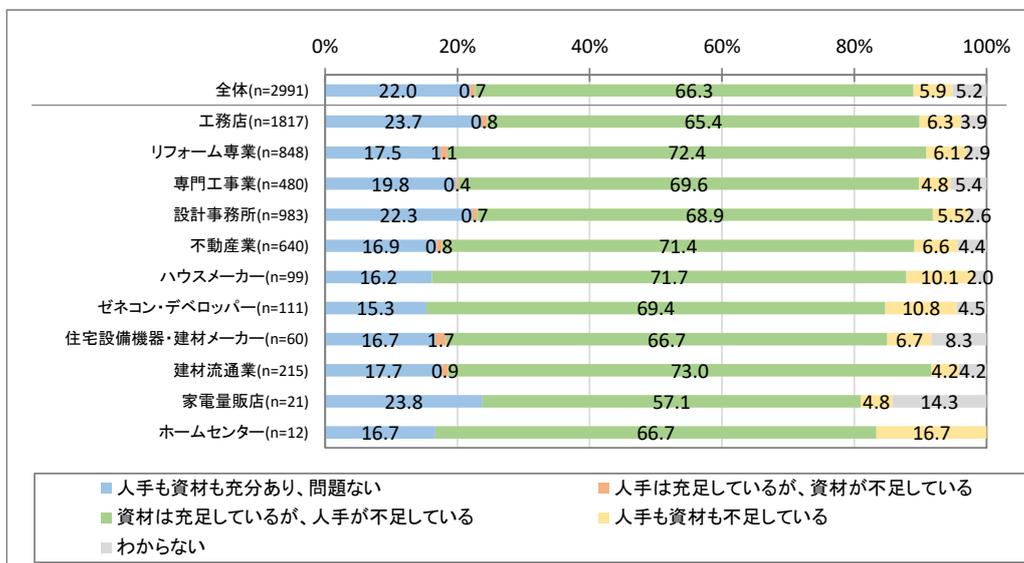


図 3-1-58 リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況（問 17）業種別 ※無回答を除く

- ・将来の見通しでは、家電量販店を除く業種で「資材の不安はないが、人手の不安がある」と「人手も資材も不安がある」を合わせた比率が8割を超える。また、ゼネコン・デベロッパーでは「人手も資材も不安がある」が24.1%と他の業種に比べて高い。

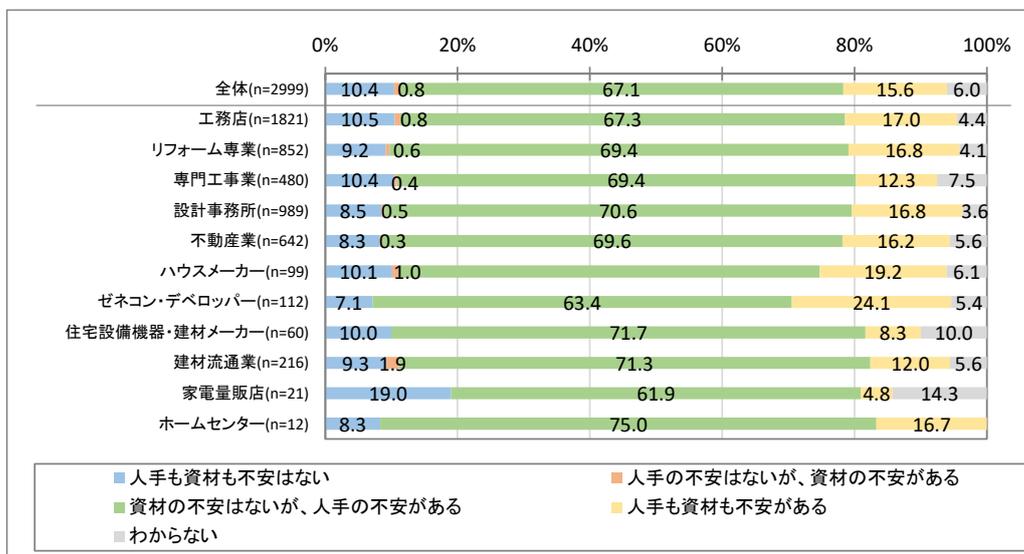


図 3-1-59 リフォーム工事に携わる職人や資材の将来の見通し（問 18）業種別 ※無回答を除く

第2章 リフォーム事業者の対応可能な工事、所属団体

1. 工事対応建物

- ・工事対応建物は「戸建て」対応が 97.4%、「共同住宅」対応が 67.5%となっている。

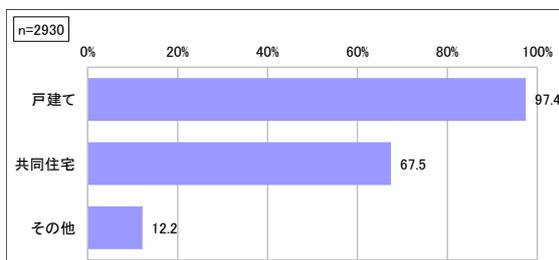


図 3-2-1 工事対応建物（問 19 複数回答） ※無回答を除く

- ・「共同住宅」と回答した事業者のうち、専有部分、共用部分への対応を記入した事業者の割合をみると「専有部分」が 97.5%、「共用部分」が 55.8%となっている。

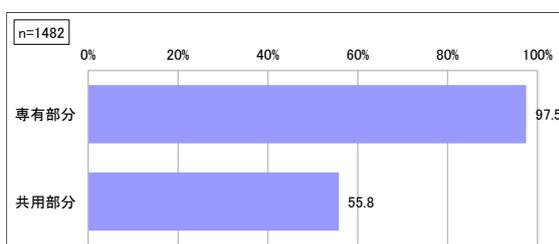


図 3-2-2 工事対応建物（問 19 複数回答）共同住宅のうち専有、共用部分の対応 ※無回答を除く

[業種別集計]

- ・戸建ての対応は全業種で 9 割を超える。共同住宅は「ゼネコン・デベロッパー」(81.3%)、「リフォーム專業」(78.2%)、「不動産業」(75.1%)などが他の業種に比べて高い。

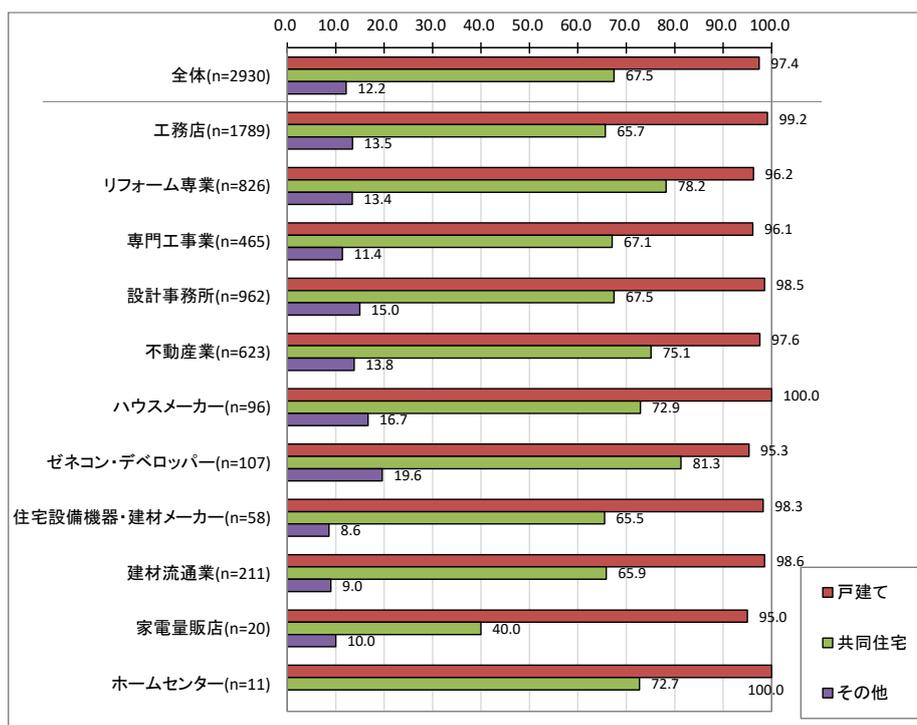


図 3-2-3 工事対応建物（問 19 複数回答）業種別 ※無回答を除く

2. 受注可能な工事

- ・受注可能な工事のうち自社施工の割合を見ると「増築・改築(間取り変更を含む)」(56.6%)、「バリアフリー工事」(55.2%)、「台所・浴室・トイレ等の水回り工事」(54.2%)が5割を超えている。外注施工では「電気設備工事」(68.8%)、「防水工事」(67.3%)、「冷暖房設備の取替え」(65.1%)などの割合が高い。

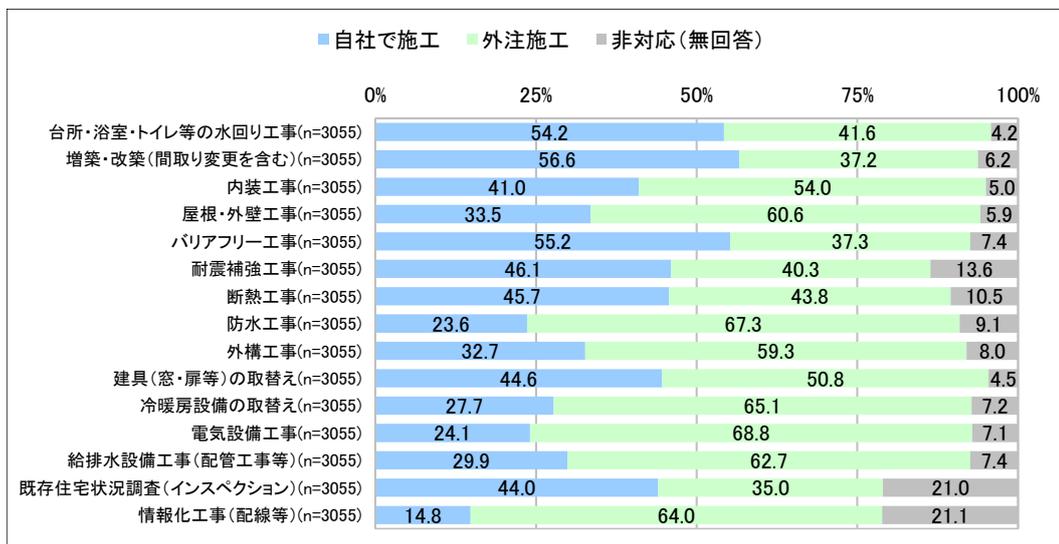


図 3-2-4 受注可能な工事 (問 20) ※無回答を除く

[業種別集計]

- ・工務店では増築・改築、バリアフリー工事、耐震補強工事、断熱工事、既存住宅状況調査などが全体と比べて「自社で施工」の割合が高い。

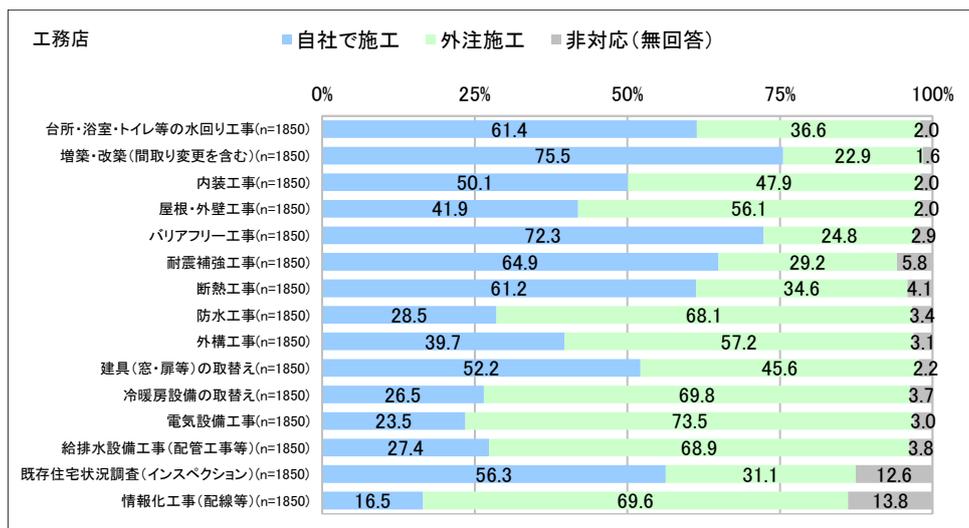


図 3-2-5 受注可能な工事 (問 20) 業種別 (工務店) ※無回答を除く

Ⅲ. 調査結果の詳細 第2章 リフォーム事業者の対応可能な工事、所属団体

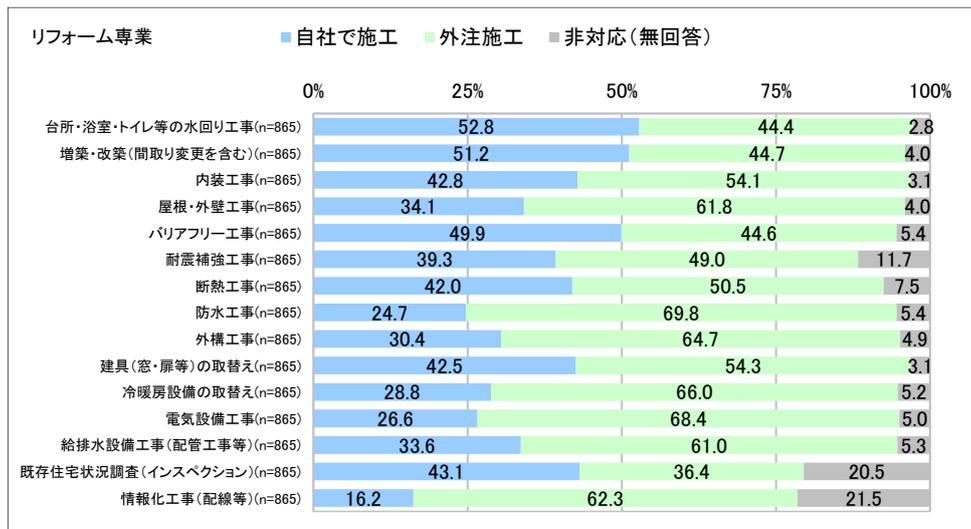


図 3-2-6 受注可能な工事（問 20）業種別（リフォーム專業） ※無回答を除く

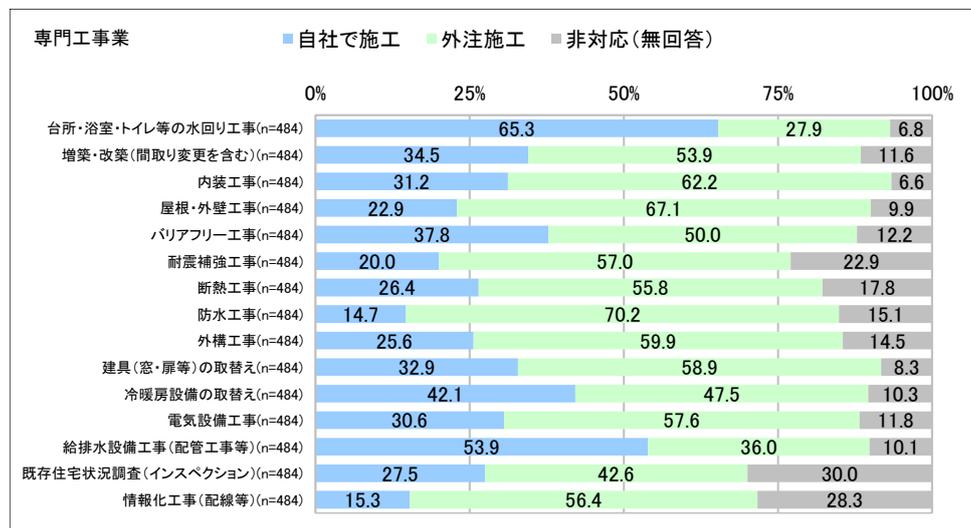


図 3-2-7 受注可能な工事（問 20）業種別（専門工事業） ※無回答を除く

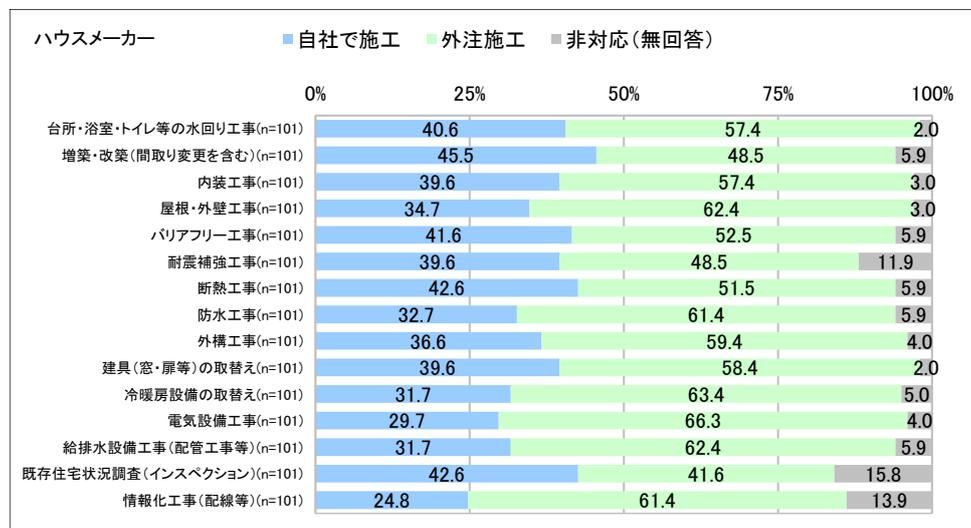


図 3-2-8 受注可能な工事（問 20）業種別（ハウスメーカー） ※無回答を除く

3. 加盟団体

- ・「無加盟（無回答を含む）」の事業者が25.2%であり、7割以上の事業者が何らかの団体に加盟している。
- ・事業者が加盟している団体の中では「日本建築士会連合会」（23.1%）、「全国宅地建物取引業協会連合会」（17.9%）が他の団体と比べて割合が高い。

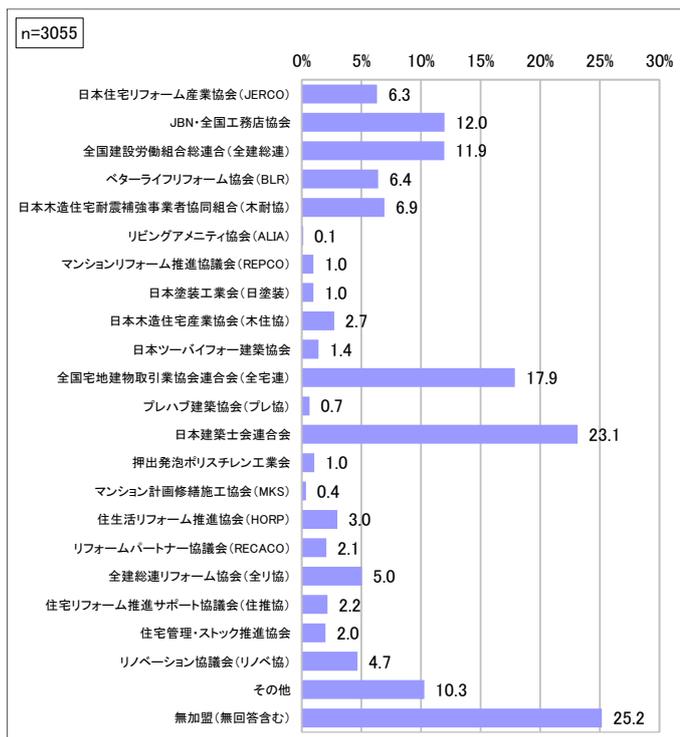


図 3-2-9 加盟団体（問 21 複数回答）
※無回答を無加盟として集計

4. フランチャイズ (FC)、ボランティアチェーン (VC) 等の加盟

- ・FC、VC 等の加盟は「無加盟（無回答を含む）」の事業者が45.1%となっており、半数以上事業者がFC、VC等に加盟している。
- ・事業者が加盟しているFC、VCでは「LIXIL リフォームネット」（24.7%）、「TOTO リモデルクラブ」（16.5%）の割合が高い。

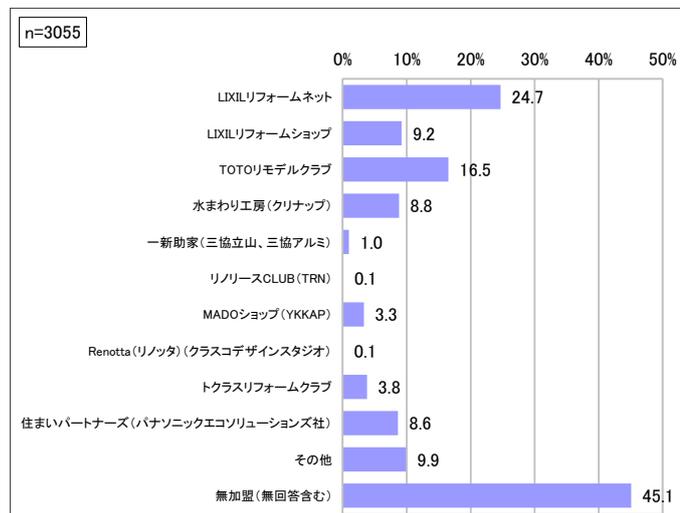


図 3-2-10 FC、VC 等の加盟（問 22 複数回答）
※無回答を無加盟として集計

5. 保険の加入

- ・「建設工事保険」は76.9%が加入。「リフォーム瑕疵保険」は48.7%の事業者が加入している。

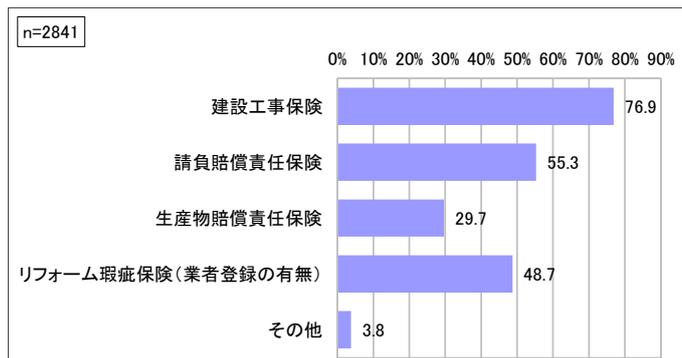


図3-2-11 保険の加入（問23 複数回答）※無回答を除く

[業種別集計]

- ・リフォーム瑕疵保険への加入は「ハウスメーカー」(61.5%)、「リフォーム専業」(60.8%)が他の業種に比べて割合が高い。

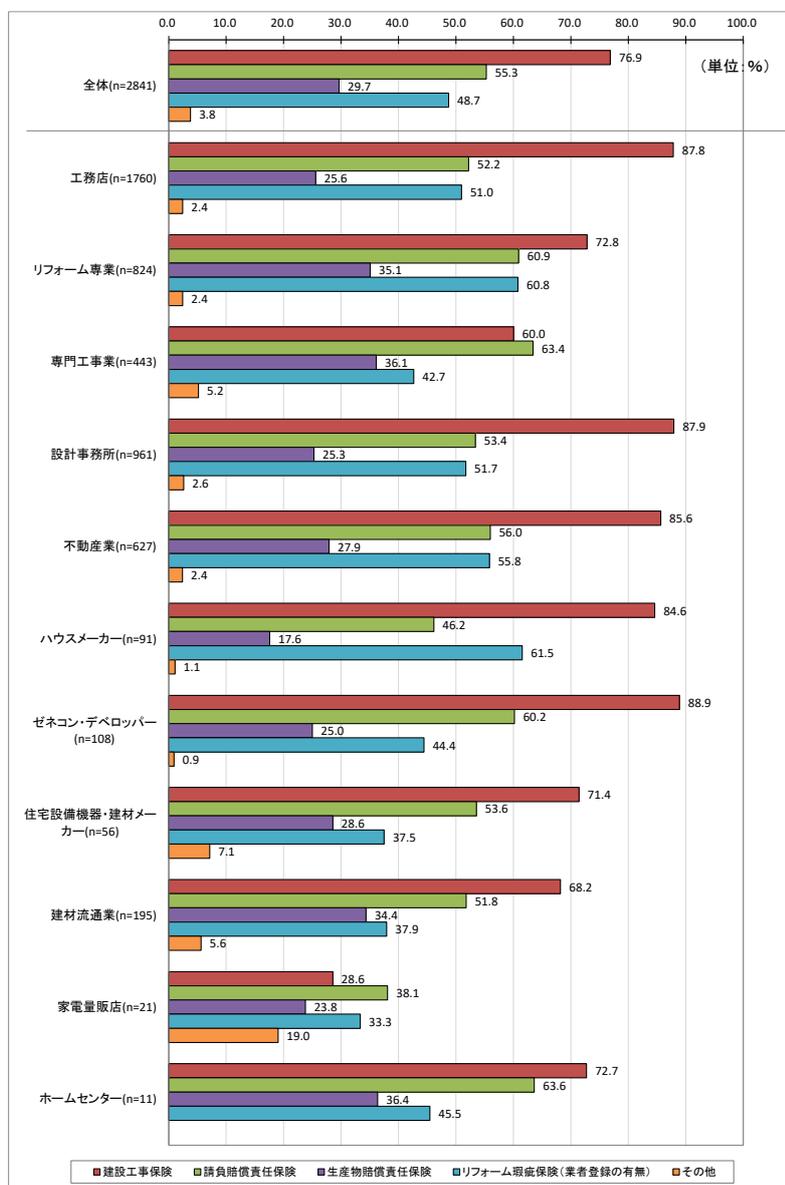


図3-2-12 保険の加入（問23 複数回答） 業種別 ※無回答を除く

6. 提携ローンの有無

- 提携ローンは「有」の事業者が 47.2%であった。

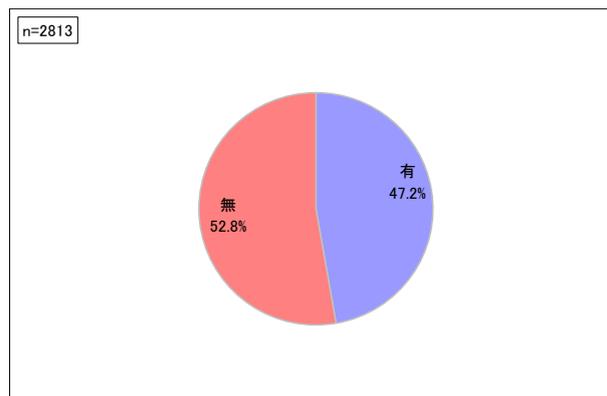


図 3-2-13 提携ローンの有無（問 24）※無回答を除く

[業種別集計]

- 提携ローン有は、「ホームセンター」(83.3%)、「家電量販店」(73.7%)、「ハウスメーカー」(70.9%)が他の業種に比べて割合が高い。一方、「工務店」は 40.5%で最も低い。

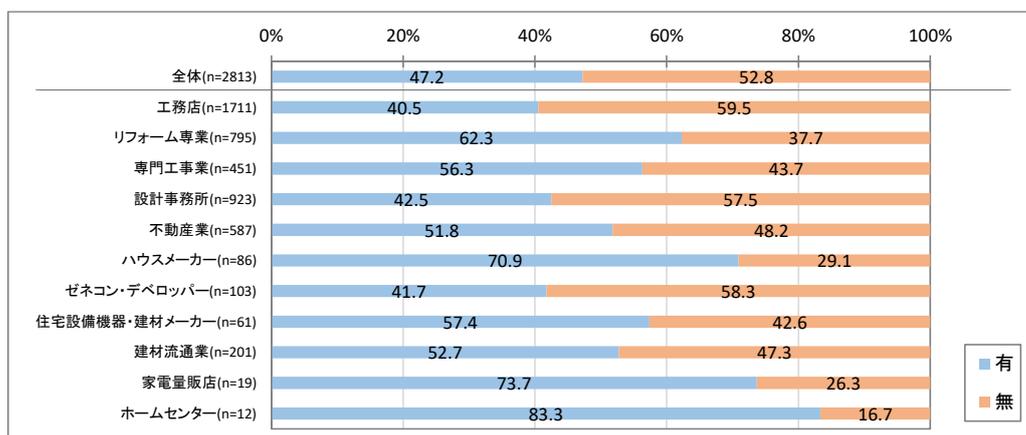


図 3-2-14 提携ローンの有無（問 24）業種別 ※無回答を除く

[全従業員数別集計]

- 従業員数が多い事業者の方が提携ローン有の割合が高まる傾向がみられる。

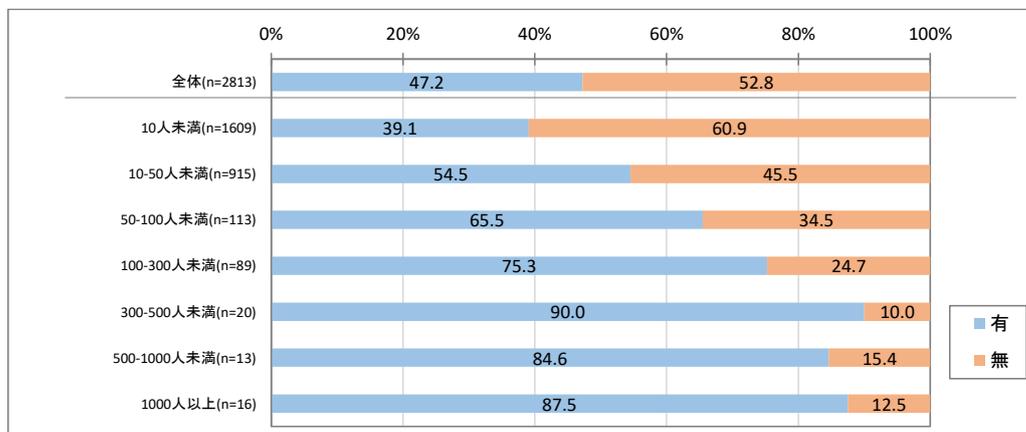


図 3-2-15 提携ローンの有無（問 24）全従業員数別 ※無回答を除く

7. リフォーム工事の契約書の書式

- ・契約書の書式は「自社独自の契約書を作成し活用」が50.6%で最も多かった。
- ・業種別にみると、「ハウスメーカー」では72.9%が自社独自の契約書を活用している。

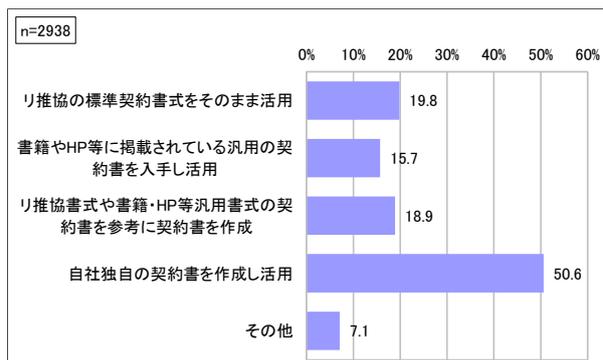


図 3-2-16 リフォーム工事の契約書の書式 (問 25 複数回答) ※無回答を除く

[業種別集計]

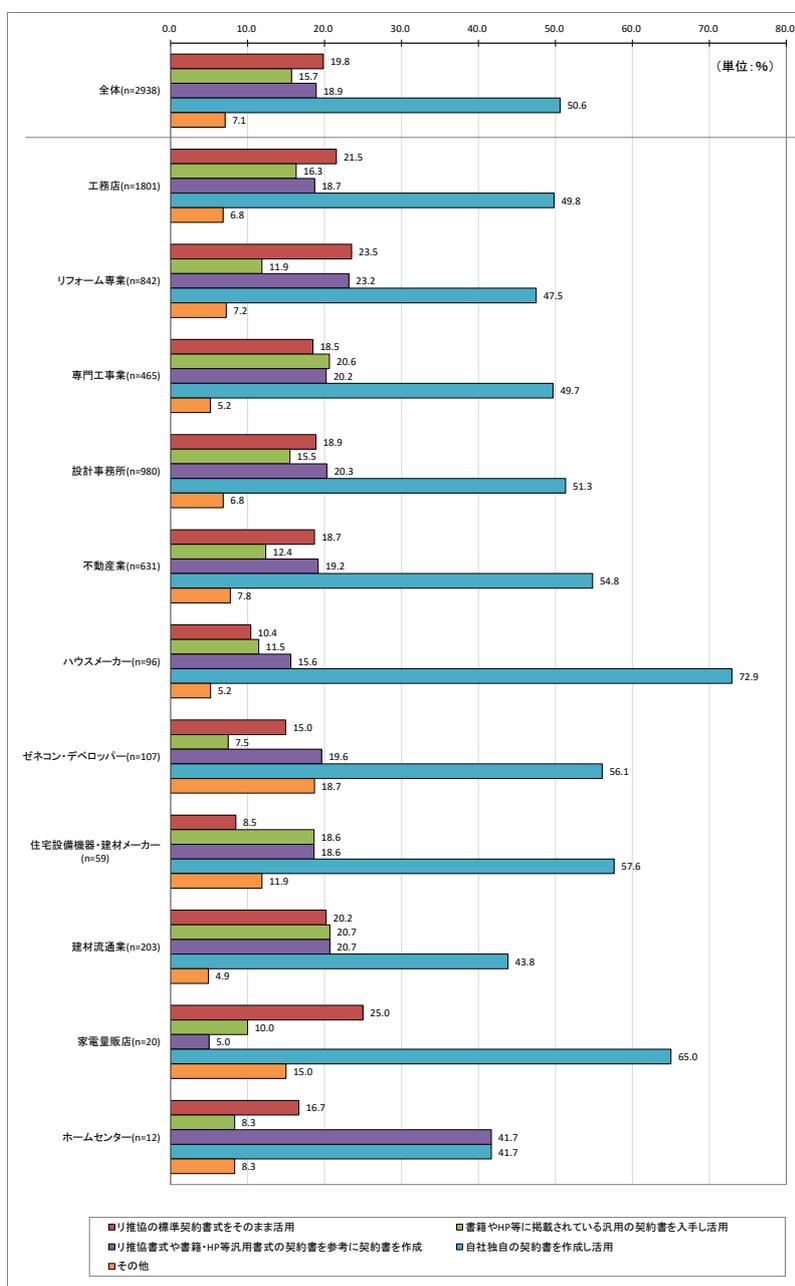


図 3-2-17 リフォーム工事の契約書の書式 (問 25 複数回答) 業種別 ※無回答を除く

8. リフォーム工事の保証書の発行

- ・リフォーム工事の保証書は「有」が30.8%となっている。

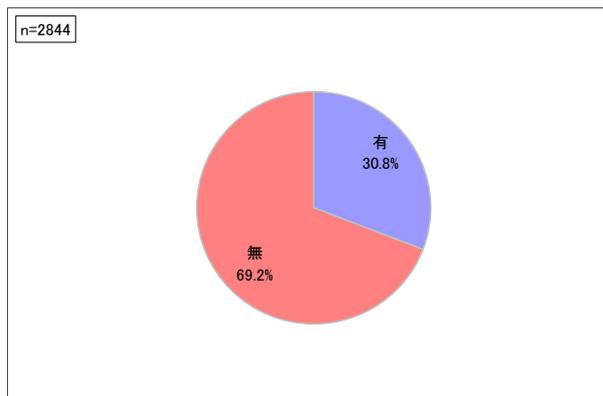


図 3-2-18 リフォーム工事の保証書の発行（問 26）
※無回答を除く

[業種別集計]

- ・「ハウスメーカー」（55.6%）、「家電量販店」（50.0%）、「ホームセンター」（50.0%）では 5 割以上がリフォーム工事の保証書を発行している。対して、「設計事務所」（28.8%）、「工務店」（25.0%）、「建材流通業」（21.9%）は保証書発行無しの割合が 7 割を超える。

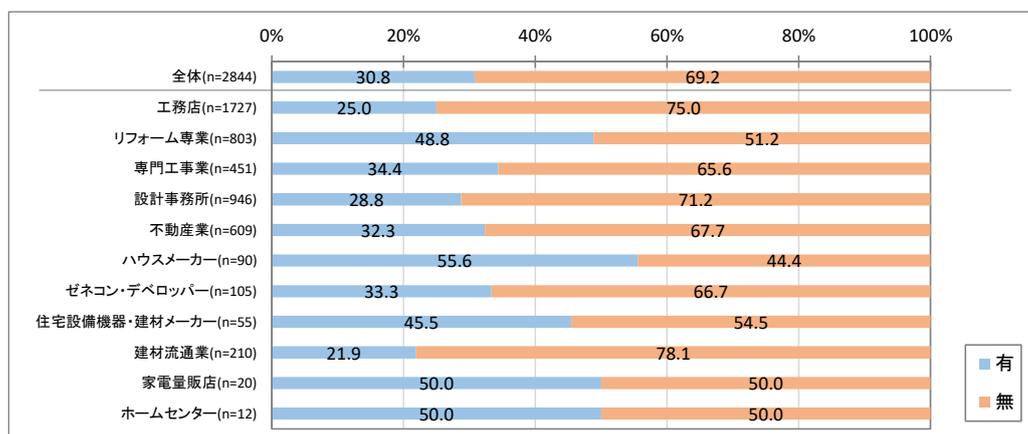


図 3-2-19 リフォーム工事の保証書の発行（問 26）業種別 ※無回答を除く

[リフォーム工事の総売上高（平成 29 年度）別集計]

- ・リフォーム総売上高「5 億円以上」の事業者では 7 割以上が保証書を発行しているのに対し、「1,000 万円未満」、「1,000 万円~5,000 万円未満」、「5,000 万円~1 億円未満」では 3 割未満にとどまる。

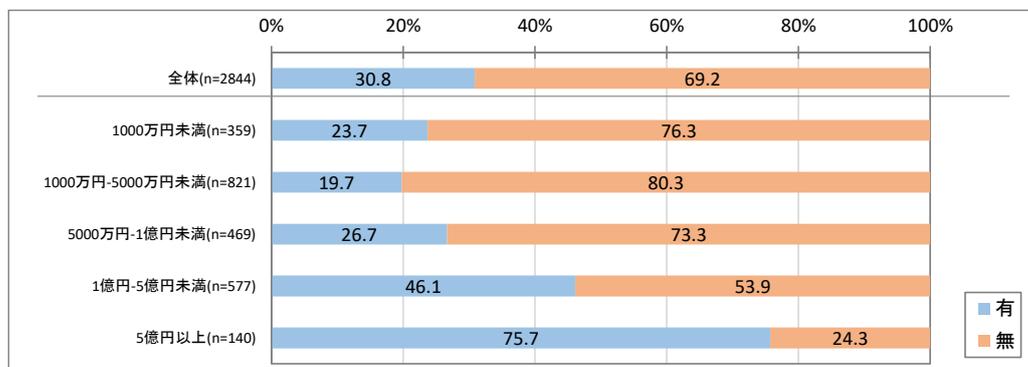


図 3-2-20 リフォーム工事の保証書の発行（問 26）
リフォーム総売上高別（平成 29 年度） ※無回答を除く

第3章 リフォーム事業者の集客方法、アフターサービス

1. リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果

- ・新規見込客に対する集客方法を実施率（「効果がある」と「あまり効果がない」の合計）で見ると「インターネット（自社ホームページ）」が 61.4%、「折込やポストインによるチラシ」が 51.7%で過半数を超える。
- ・集客方法に感じている効果を比率差（「効果がある」－「あまり効果がない」）で見ると、「展示会」（12.0ポイント）、「インターネット（自社ホームページ）」（10.2ポイント）、「現場見学会」（9.9ポイント）が高く、「電話セールス」（-18.7ポイント）、「電話帳、新聞、雑誌等の広告」（-13.3ポイント）、「ラジオ、テレビ等の広告」（-10.8ポイント）が低くなっている。

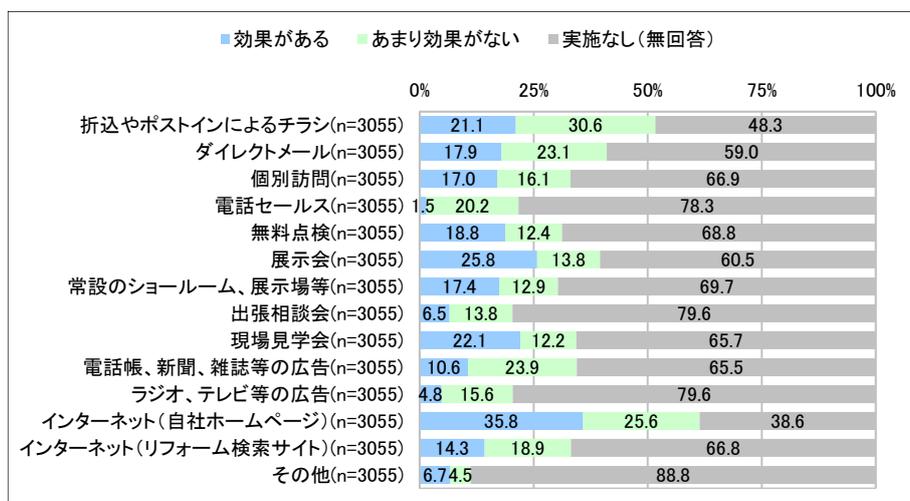
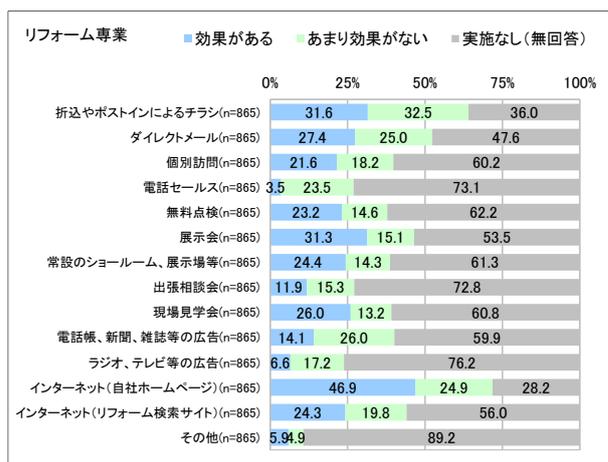
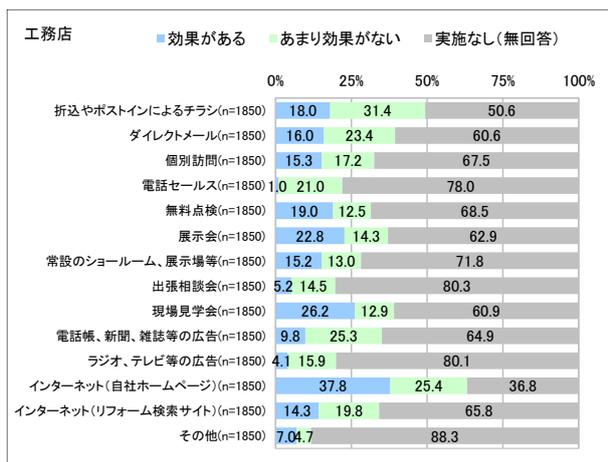


図 3-3-1 リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果（問 27）
※無回答は実施なしとして集計

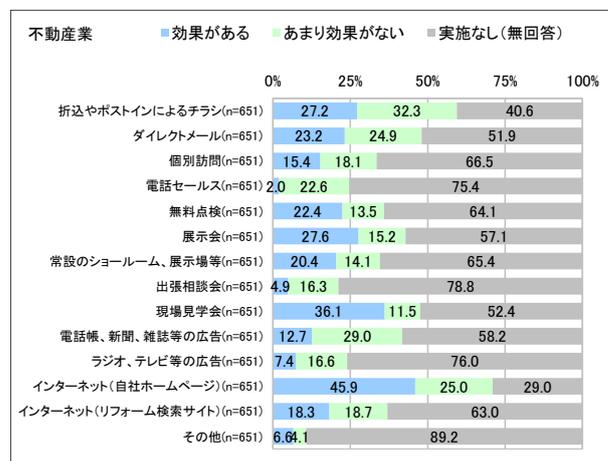
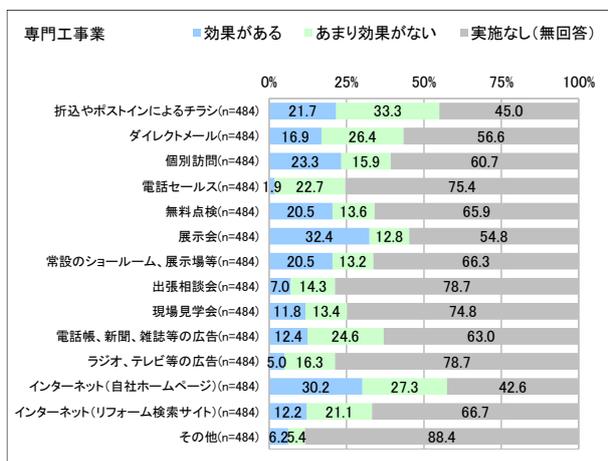
[業種別集計]

- ・工務店は、「現場見学会」と「インターネット（自社ホームページ）」の効果比率差がそれぞれ、13.3ポイント、12.4ポイントと全体と比べて高い。
- ・リフォーム專業は、全体と比べて実施率が高い集客方法が多い。その中でも「インターネット（自社ホームページ）」が実施率 71.8%と高く、効果比率差も 22.0ポイントと高い。
- ・専門工事業は、「展示会」、「個別訪問」の実施率が全体と比べて高く、効果比率差も「展示会」19.6ポイント、「個別訪問」7.4ポイントと高い。
- ・不動産業は、リフォーム專業と同様に全体と比べて実施率が高い集客方法が多い。効果比率差は「現場見学会」が 24.6ポイントで最も高い。
- ・ハウスメーカーは前述の 4 業種と比べて、その他を除いたすべての集客方法の実施率が高い。効果比率差は、「無料点検」と「展示会」が最も高くともに 16.9ポイントとなっている。

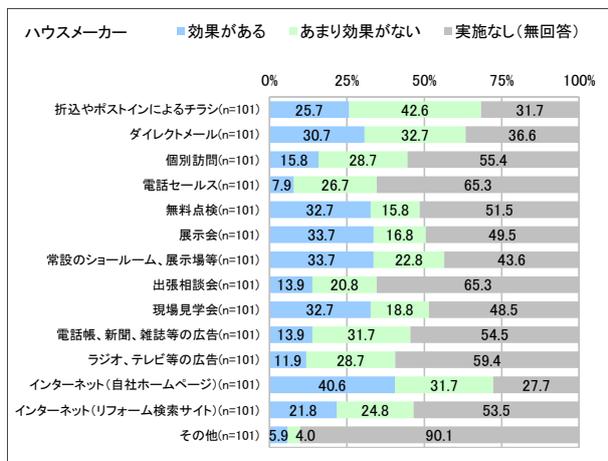
Ⅲ. 調査結果の詳細 第3章 リフォーム事業者の集客方法、アフターサービス



【工務店】 【リフォーム専門】
 図 3-3-2 (1) リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果 (問 27) 業種別
 ※無回答は実施なしとして集計



【専門工事業】 【不動産業】
 図 3-3-2 (2) リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果 (問 27) 業種別
 ※無回答は実施なしとして集計



【ハウスメーカー】
 図 3-3-2 (3) リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果 (問 27) 業種別
 ※無回答は実施なしとして集計

2. リフォーム工事後のアフターサービス方法

- アフターサービス方法は「顧客から要請があったときに対応」が78.9%と最も高く、次いで「工事後の経過年数により定期点検」35.3%、「手紙・葉書でフォロー」が31.3%となっている。

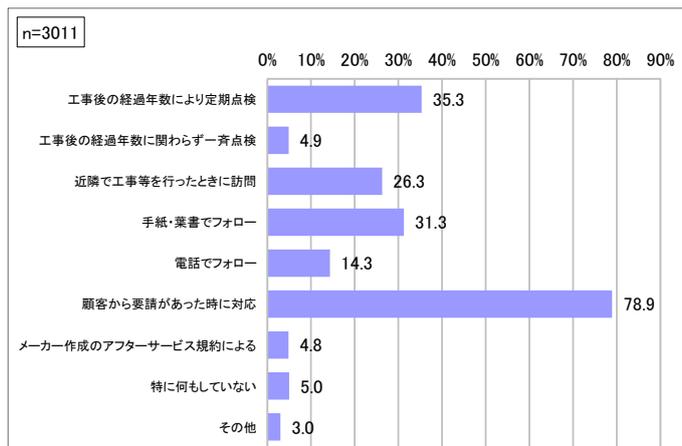


図 3-3-3 リフォーム工事後のアフターサービス方法 (問 28 複数回答) ※無回答を除く

〔業種別集計〕

- ハウスメーカーの5割、リフォーム專業と不動産業の約4割が工事後の経過年数により定期点検を実施している。
- リフォーム專業では42.9%が手紙・葉書でのフォローを実施している。

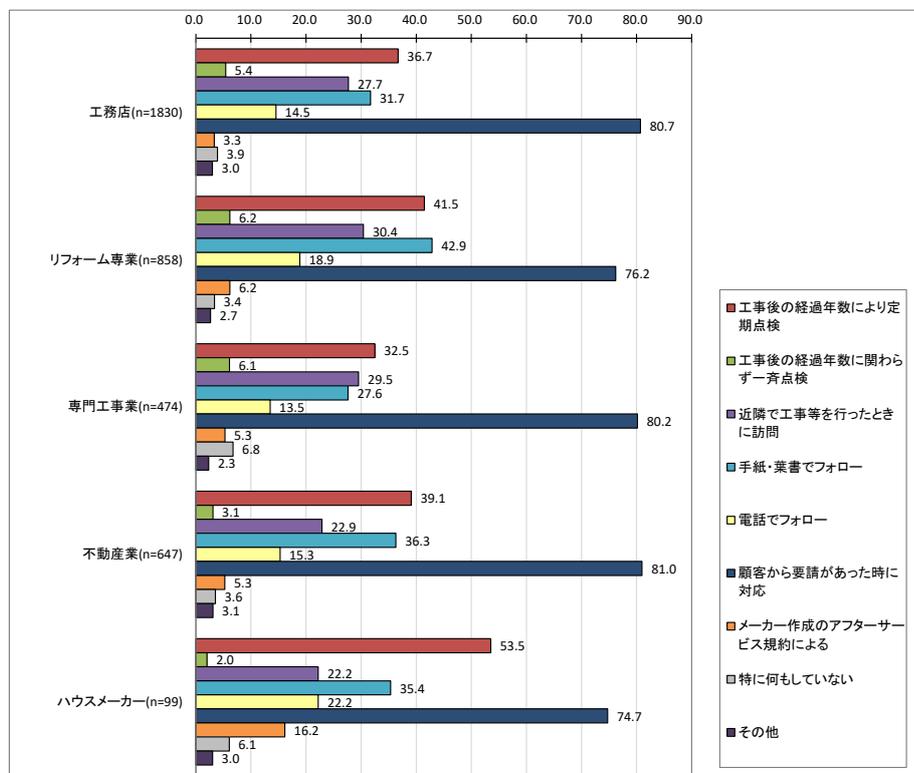


図 3-3-4 リフォーム工事後のアフターサービス方法 (問 28 複数回答) 業種別 (工務店、リフォーム專業、専門工事業、不動産業、ハウスメーカー) ※無回答を除く

第4章 リフォーム支援制度、施策の活用及び認知状況

1. リフォーム工事に関する税制優遇措置の活用状況

- 税制優遇措置（住宅ローン減税等）を「知っていて営業促進に活用」している事業者は37.4%、「今後活用したい」は34.3%であった。

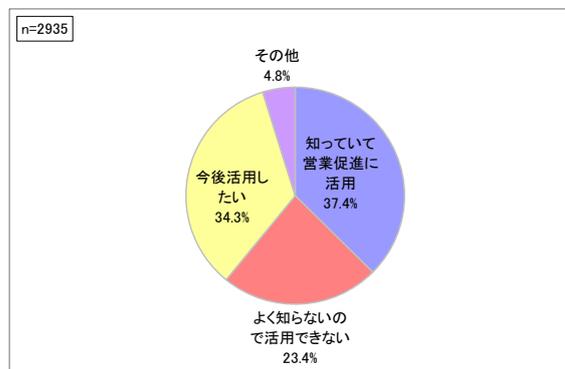


図 3-4-1 リフォーム工事に関する税制優遇措置の活用状況 (問 29) ※無回答を除く

[業種別集計]

- ハウスメーカー、不動産業は「知っていて営業促進に活用している」割合が5割を超える。

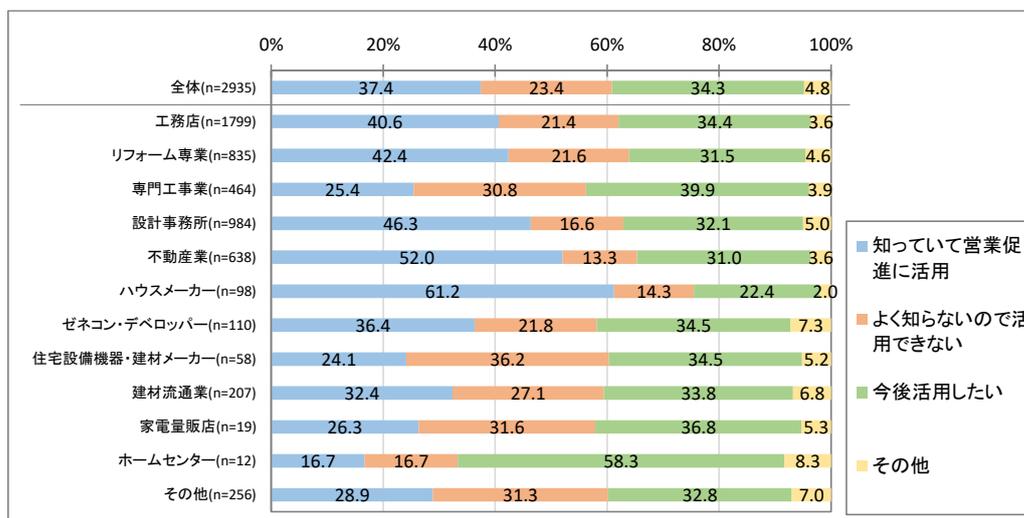


図 3-4-2 リフォーム工事に関する税制優遇措置の活用状況 (問 29) 業種別 ※無回答を除く

2. リフォームに関する施策の認知状況と情報の入手先

① リフォームに関する施策の認知状況

- 認知状況は、「リフォーム瑕疵保険」が77.7%、「長期優良住宅の増改築に係る認定制度」が59.7%であった。

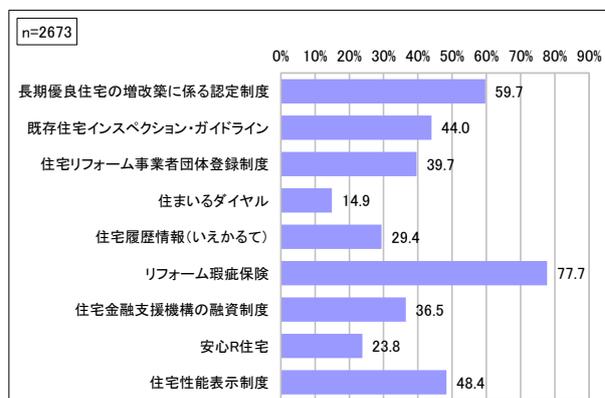


図 3-4-3 リフォームに関する施策の認知状況 (問 30 複数回答) ※無回答を除く

② リフォームに関する国の施策等の情報の入手先

- ・情報の入手先は「所属団体からの情報」が66.9%、「インターネット(メルマガ含む)」が39.8%であった。

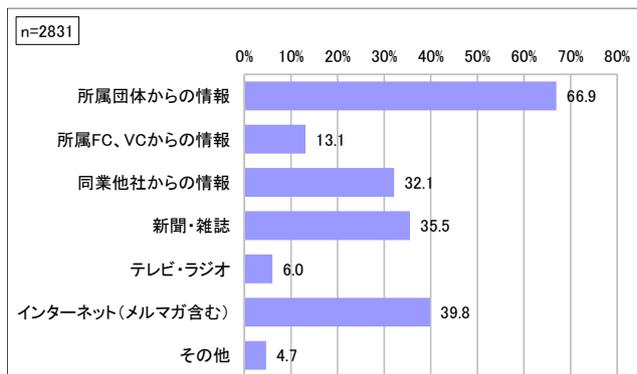


図 3-4-4 リフォームに関する国の施策等の情報の入手先 (問 31 複数回答) ※無回答を除く

3. リフォーム事業についての課題や今後取り組んでいきたい施策

- ・課題や今後取り組んでいきたい施策については「人材確保」が最も高く50.8%、次いで「人材育成」の47.9%となっており、人材の確保及び育成を課題と感じている事業者が多い。

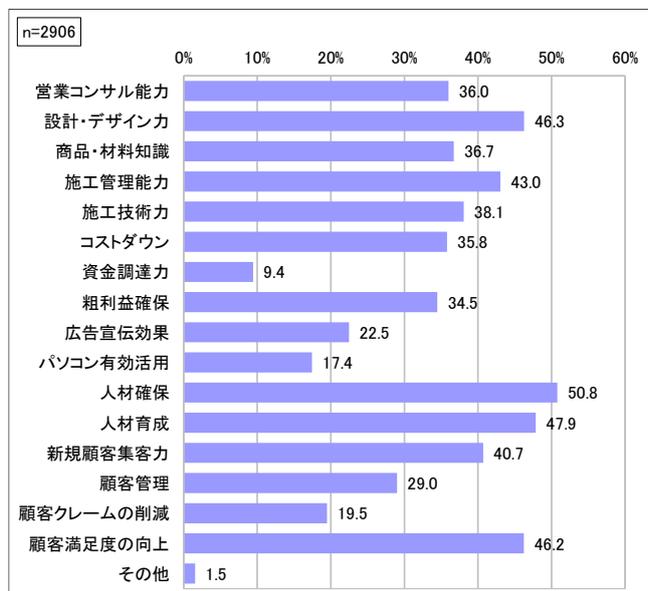


図 3-4-5 リフォーム事業についての課題や今後取り組んでいきたい施策 (問 32 複数回答) ※無回答を除く

4. 住宅リフォーム市場活性化のために実施していること、活性化への課題

- アンケートでは住宅市場活性化のために実施していること、今後どんなことを実施すれば活性化するかを問う記述式の自由回答欄を設けた。記入された内容について整理したものを以下に示す。

表 4-4-1 住宅リフォーム市場活性化のために実施していること（問 33）

項目	回答数	%
支援制度に係わること	257	25.35
支援制度活用・PR	104	10.26
空き家活用	32	3.16
中古住宅流通	27	2.66
耐震診断・耐震工事推進	22	2.17
断熱・省エネ工事推進	21	2.07
バリアフリー工事推進	14	1.38
インスペクション	12	1.18
長期優良住宅推進	10	0.99
古民家改修	8	0.79
瑕疵保険等の利用	7	0.69
経営・営業に係わること	674	66.47
顧客管理	94	9.27
販促(イベント、相談会、見学会など)	87	8.58
営業コンサル力の強化	59	5.82
パソコン有効利用	57	5.62
人材育成・人材確保	52	5.13
販促(広告、DMなど)	51	5.03
定期点検・アフターフォロー	50	4.93
地域密着	48	4.73
顧客満足度向上	47	4.64
他業種連携・業務領域拡大	43	4.24
知見習得・情報収集	34	3.35
クレームの削減	27	2.66
団体加入・団体制度など	19	1.87
FC加入など	6	0.59
技術に係わること	64	6.31
施工技術力の向上	25	2.47
他事業者との差別化など	13	1.28
デザイン・設計力の向上	11	1.08
コストダウン	9	0.89
材料・商品・施工方法などの特性を活かす	6	0.59
その他	19	1.87
その他	19	1.87
合計	1014	100.0%

表 4-4-2 今後どのようなことをすれば活性化するか（国の施策も含めて）（問 33）

項目	回答数	%
支援制度に係わること	664	46.50
支援制度等対象の拡充および継続	285	19.96
支援制度等申請等の簡便化・わかりやすさ	175	12.25
支援制度等の周知	60	4.20
支援制度の積極利用	53	3.71
エコポイント創設	38	2.66
支援制度等制限の緩和	30	2.10
金利引き下げ、ローン商品拡充など	23	1.61
住宅施策に係わること	372	26.05
空き家対策	101	7.07
断熱・省エネ工事推進	79	5.53
中古住宅流通の促進	61	4.27
耐震診断・耐震工事推進	59	4.13
長期優良住宅推進	24	1.68
バリアフリー工事推進	21	1.47
インスペクション	11	0.77
古民家再生	9	0.63
住宅履歴情報	4	0.28
減築	3	0.21
リフォーム業界の課題に係わること	304	21.29
悪徳業者排除・業者選びの基準化など	63	4.41
人材不足への対策・育成・待遇改善など	62	4.34
消費者への啓蒙	58	4.06
高齢者対応	29	2.03
中小・零細企業、地元企業支援	28	1.96
資産価値向上	20	1.40
法改正・法整備	18	1.26
適正価格の周知など	13	0.91
他業種連携	13	0.91
経済政策に係わること	29	2.03
消費税対策など	19	1.33
地方創生	3	0.21
新設住戸の抑制	7	0.49
その他	59	4.13
その他	59	4.13
合計	1428	100.0%

IV. 資料・調査票

問 13：宅地建物取引業免許の有無 1. 有 2. 無

問 14：全従業員数（営業所等含む） 人 うちリフォーム専属従事人数 人

問 15：大工、左官等の職人数 従業員職人 人 外注常備 人

その都度契約 人 その他(アルバイト等) 人

問 16：資格者の有無及び人数（あてはまるものすべて選択）

1. 一級建築士	人	12. マンション管理士	人
2. 二級建築士	人	13. 既存住宅状況調査技術者	人
3. 木造建築士	人	14. 建築設備士	人
4. 一級建築施工管理技士	人	15. 建築大工技能士	人
5. 二級建築施工管理技士	人	16. DIY アドバイザー	人
6. 増改築相談員	人	17. 宅地建物取引士	人
7. マンションリフォームマネジャー	人	18. 電気工事士	人
8. インテリアプランナー	人	19. 給水装置工事主任技術者	人
9. インテリアコーディネーター	人	20. ガス主任技術者	人
10. キッチンスペシャリスト	人	21. 管工事施工管理技士	人
11. 福祉住環境コーディネーター	人	22. その他（ ）	人

問 17：リフォーム工事に携わる職人や資材の充足状況（1つのみ選択）

1. 人手も資材も充分あり問題ない 2. 人手は充足しているが、資材が不足している
3. 資材は充足しているが、人手が不足している 4. 人手も資材も不足している
5. わからない

問 18：リフォーム工事に携わる職人や資材の将来の見通し（1つのみ選択）

1. 人手も資材も不安はない 2. 人手の不安はないが、資材の不安がある
3. 資材の不安はないが、人手の不安がある 4. 人手も資材も不安がある
5. わからない

問 19：工事対応建物（あてはまるものすべて選択）

1. 戸建住宅 2. 共同住宅（専有部分 共用部分） 3. その他（ ）

問 20：受注可能な工事（あてはまるものすべて選択）

	自社で施工	外注で施工
1. 台所・浴室・トイレ等の水回り工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 増築・改築（間取り変更を含む）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 内装工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 屋根・外壁工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. バリアフリー工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 耐震補強工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 断熱工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 防水工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 外構工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 建具（窓・扉等）の取替え	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. 冷暖房設備の取替え	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. 電気設備工事	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. 給排水設備工事（配管工事等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. 既存住宅状況調査（インスペクション）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. 情報化工事（配線等）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. その他（ ）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. 資料・調査票

問 21：加盟団体（あてはまるものすべて選択）

- | | |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 日本住宅リフォーム産業協会（JERCO） | <input type="checkbox"/> 2. JBN・全国工務店協会 |
| <input type="checkbox"/> 3. 全国建設労働組合総連合（全建総連） | <input type="checkbox"/> 4. ベターライフリフォーム協会（BLR） |
| <input type="checkbox"/> 5. 日本木造住宅耐震補強事業者協同組合（木耐協） | <input type="checkbox"/> 6. リビングアメニティ協会（ALIA） |
| <input type="checkbox"/> 7. マンションリフォーム推進協議会（REPCO） | <input type="checkbox"/> 8. 日本塗装工業会（日塗装） |
| <input type="checkbox"/> 9. 日本木造住宅産業協会（木住協） | <input type="checkbox"/> 10. 日本ツーバイフォー建築協会 |
| <input type="checkbox"/> 11. 全国宅地建物取引業協会連合会（全宅連） | <input type="checkbox"/> 12. プレハブ建築協会（プレ協） |
| <input type="checkbox"/> 13. 日本建築士会連合会 | <input type="checkbox"/> 14. 押出発泡ポリスチレン工業会 |
| <input type="checkbox"/> 15. マンション計画修繕施工協会（MKS） | <input type="checkbox"/> 16. 住生活リフォーム推進協会（HORP） |
| <input type="checkbox"/> 17. リフォームパートナー協議会（RECACO） | <input type="checkbox"/> 18. 全建総連リフォーム協会（全リ協） |
| <input type="checkbox"/> 19. 住宅リフォーム推進サポート協議会（住推協） | <input type="checkbox"/> 20. 住宅管理・ストック推進協会 |
| <input type="checkbox"/> 21. リノベーション協議会（リノベ協） | <input type="checkbox"/> 22. その他（ ） |

問 22：フランチャイズ（FC）、ボランタリーチェーン（VC）等の加盟（あてはまるものすべて選択）

- | | |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. LIXIL リフォームネット | <input type="checkbox"/> 2. LIXIL リフォームショップ |
| <input type="checkbox"/> 3. TOTO リモデルクラブ | <input type="checkbox"/> 4. 水まわり工房（クリナップ） |
| <input type="checkbox"/> 5. 一新助家（三協立山、三協アルミ） | <input type="checkbox"/> 6. リノリース CLUB（TRN） |
| <input type="checkbox"/> 7. MADO ショップ（YKKAP） | <input type="checkbox"/> 8. Renotta（リノッタ）（クラスコデザインスタジオ） |
| <input type="checkbox"/> 9. トクラスリフォームクラブ | <input type="checkbox"/> 10. 住まいパートナーズ（パナソニックエコソリューションズ社） |
| <input type="checkbox"/> 11. その他（ ） | |

問 23：保険の加入（あてはまるものすべて選択）

- | | | |
|------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 建設工事保険 | <input type="checkbox"/> 2. 請負賠償責任保険 | <input type="checkbox"/> 3. 生産物賠償責任保険 |
| <input type="checkbox"/> 4. リフォーム瑕疵保険（業者登録の有無） | <input type="checkbox"/> 5. その他（ ） | |

問 24 提携ローンの有無 1. 有 2. 無

問 25：リフォーム工事の契約書の書式（複数回答可）

- | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 住宅リフォーム推進協議会の標準契約書式をそのまま活用している |
| <input type="checkbox"/> 2. 書籍やホームページ等に掲載されている汎用の契約書を入手し活用している |
| <input type="checkbox"/> 3. 住宅リフォーム推進協議会の標準契約書式や書籍、ホームページ等に掲載されている汎用の契約書を参考に契約書を作成し活用している |
| <input type="checkbox"/> 4. 自社独自の契約書を作成し活用している |
| <input type="checkbox"/> 5. その他（ ） |

問 26：リフォーム工事の保証書の発行 1. 有 2. 無

問 27：リフォーム新規見込客の集客方法及びその効果（あてはまるものすべて選択）

	実施している	
	効果がある	あまり効果がない
1. 折込やポストインによるチラシ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ダイレクトメール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 戸別訪問	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 電話セールス	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 無料点検	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 展示会	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 常設のショールーム、展示場等	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 出張相談会	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 現場見学会	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 電話帳、新聞、雑誌等の広告	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ラジオ、テレビ等の広告	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. インターネット（自社ホームページ）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. インターネット（リフォーム検索サイト）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. その他（ ）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会
市場環境整備委員会

委員長	城山 浩二	一般社団法人	マンションリフォーム推進協議会
副委員長	橋本 真一	一般財団法人	建設物価調査会
委員	飯田 明	一般社団法人	ベターライフリフォーム協会
委員	岩本 忠健	一般社団法人	リノベーション協議会
委員	大泉 誠司	一般財団法人	住まいづくりナビセンター
委員	大曾根 健治	一般社団法人	日本塗装工業会
委員	小野寺 博人	全国建設労働組合総連合	
委員	春日 克之	独立行政法人	住宅金融支援機構
委員	輿石 英夫	一般社団法人	リビングアメニティ協会
委員	島田 浩司	一般社団法人	JBN・全国工務店協会
委員	鈴木 竜一	一般財団法人	ベターリビング
委員	関 励介	日本木造住宅耐震補強事業者協同組合	
委員	相馬 康男	一般社団法人	日本住宅リフォーム産業協会
委員	高橋 周司	一般社団法人	日本ツーバイフォー建築協会
委員	武田 陽介	公益社団法人	全国宅地建物取引業協会連合会
委員	田村 智	一般社団法人	住宅生産団体連合会
委員	徳富 総一郎	一般社団法人	住宅管理・ストック推進協会
委員	中西 淳二	一般社団法人	日本建材・住宅設備産業協会
委員	松尾 豊	押出発泡ポリスチレン工業会	

平成30年度 住宅リフォーム事業者実態調査報告書
平成31年2月

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

無断転載禁止

この調査結果を転載する場合には、上記の住宅リフォーム推進協議会にご連絡ください。