

リフォーム
事業者
必携

もう一度、見直したい リフォーム事業の

ABC

お客様のニーズに応え、信頼を得るために



はじめに

近年、住宅について「きちんと手入れをして、長く大切に使う」という考え方が広まりつつあります。また、全世界が SDGs（持続可能な開発目標）を推進し、日本も 2050 年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする「カーボンニュートラル」を目指すことを宣言しました。このような時代背景を踏まえ国も様々な施策を打ち出し、今後、更にこの傾向が強まるものと思われます。これにともない、長く住み続ける間に生じる変化等に対応するためのリフォームのニーズは、ますます高まることが予測されます。

しかしながら、新築工事に比べて少額な工事であることもあって、書面による契約がなされない、見積内容がわかりにくいなど、お客様が不安を抱えながらリフォーム工事を依頼するケースが少なくありません。また、トラブルが生じることもあるのが実情です。このため、リフォーム業界として、お客様の立場に立って、お客様の不安を払拭することが大きな課題となっています。

我が国において、住宅リフォームの重要性が一層高まっていく中で、リフォーム工事を請負う事業者にとっても、お客様に安心していただける事業体制やビジネスモデルを整えることは極めて重要な課題です。

本冊子は、現状の様々な課題に対応して、リフォーム事業者のみなさんが、お客様が安心してリフォーム工事を依頼できるような体制やビジネスモデルを整えることを総合的にガイドする、いわば「リフォーム事業者の必携」となるよう編集したものです。これまで多くの事業実績を有する事業者におかれましては、今一度自らの事業体制やビジネスモデルを点検・強化するために、またこれまで下請工事を請負っていた立場から、今後、直接お客様からリフォーム工事を受注する元請になろうとされている事業者におかれましては、新しく事業体制やビジネスモデルを構築する上で、このガイドを有効にご活用いただければと考えます。

令和 4 年 9 月

一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会

※本文においては「住宅リフォーム推進協議会」と記載します

CONTENTS

笑顔あふれる暮らし、支える..... P3

“自社の事業体制を見直す機会”を設けて、お客様のニーズに応え、更に信頼感が高い
会社になりましょう。..... P4

A 事業体制の整備(お客様に巡り会う前に)

自社診断チェックシート..... P5・6

① 業務分野と協力体制..... P7～10

② 地域特性の把握..... P11

③ 会社情報の発信..... P12

B 仕事の進め方(巡り会えたお客様に対して)

リフォーム事業の主な流れを再確認しましょう。..... P13・14

④ 人材育成と確保..... P15

⑤ 信用・信頼の証明..... P16

⑥ 知識・技術の習得..... P17・18

⑦ 見込客の開拓..... P19

⑧ ニーズの掘り起こし..... P20

⑨ ニーズを満たせる提案..... P21

⑩ わかりやすい提案..... P21

⑪ ステップアップした提案..... P22

⑫ 設計時の留意点..... P23

⑬ 見積時の留意点..... P24・25

⑭ 契約の重要性..... P26

⑮ 工事中の注意点..... P27・28

C アフターフォロー(工事が完了したお客様に対して)

⑯ 工事後のアフターフォロー..... P29～31

⑰ 地域密着・貢献..... P32

感染症対策..... P33～37

お役立ち情報..... P38～42

笑顔あふれる暮らし、支える

「リフォームしたい」と思った時、お客様の夢や期待は膨らみます。

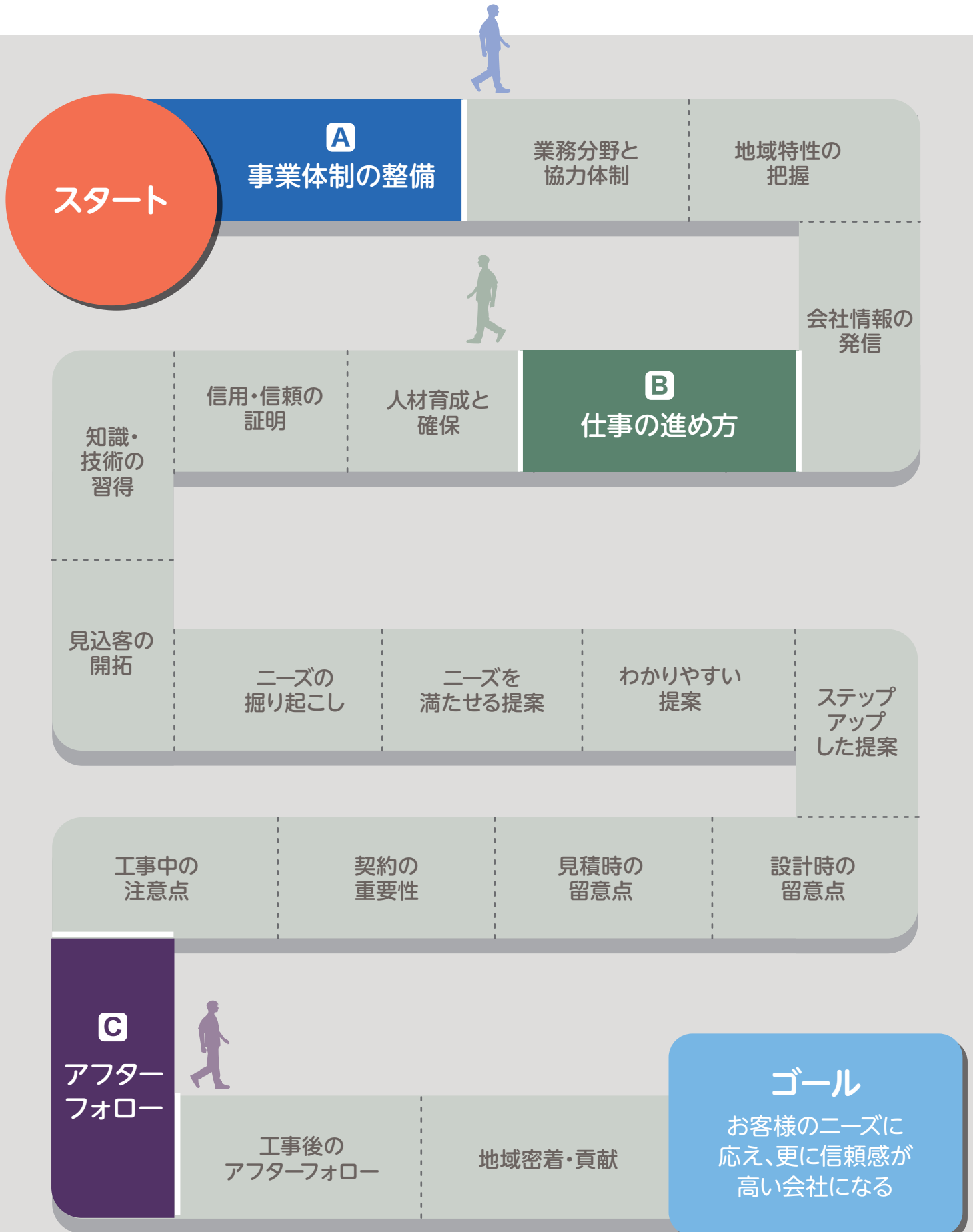
そして、その夢や期待を更に大きく膨らませるのが、リフォーム業者様の役割です。
「あの会社に頼みたい」「あの会社にしてよかった」「次もあの会社をお願いしたい」

数多くのお客様に選ばれる会社になるために、何が必要で、何から始めればよいかを考えてみましょう。

リフォームで、お客様の「笑顔あふれる暮らし、支える」を合言葉に……。



“自社の事業体制を見直す機会”を設けて、
お客様のニーズに応え、更に信頼感が高い
会社になりましょう。



貴社は、リフォーム事業への取組みがどこまでできていますか？ 自社の現状を把握してみましょう。

自社診断チェックシート



① 業務分野と協力体制

- ☐ 自社の業務分野の確認が
できている。
- ☐ 今後、目指すべき業務分野が
明確になっている。
- ☐ 他の事業者との協力体制が
確立している。

P7~10

② 地域特性の把握

- ☐ 営業活動地域を定めている。
- ☐ 地域の顧客を分析している。
- ☐ 優先的に攻略する顧客を定めて
いる。



P11

③ 会社情報の発信

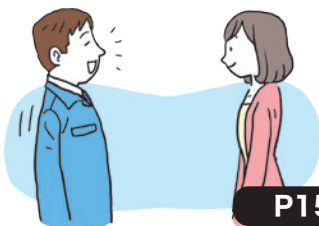
- ☐ 地域の顧客に自社の情報を
発信している。



P12

④ 人材育成と確保

- ☐ マナーに気を配り、教育も
行っている。
- ☐ 協力業者にもマナーの周知を
徹底している。



P15

⑤ 信用・信頼の証明

- ☐ 保険に加入している。
- ☐ 建設業許可を取得している。
- ☐ 団体へ加盟している。
- ☐ 契約等の書式を揃えている。



P16

⑥ 知識・技術の習得

- ☐ 技術の向上を図る機会を設けて
いる。
- ☐ 最新の知識を習得する機会を
設けている。
- ☐ 有資格者の育成・確保に力を
入れている。



P17・18

⑦ 見込客の開拓

- ☐ 自らの手で潜在見込客を掘り起
こす販促活動を実施している。



P19

⑧ ニーズの掘り起こし

- ☐ お客様のニーズを聞き出して
いる。
- ☐ リフォームの動機とニーズを把
握している。
- ☐ 現調を実施している。



P20

この機会に、下記のチェックシートを活用して、自社の現状を把握してみましょう。

シートに記入することで、自社の強みや不足している点が見えてきます。

そして、強みは更に強化し、不足している活動に着手することで、

お客様との強固な信頼関係を築いていきましょう。それが、自社の成長・発展につながります。

チェックを入れた「自社診断チェックシート」を複写して、実施する毎に☑を入れて進捗状況を確認したり、全社員に配布して意識付けを図るなど、有効にご活用ください。

9 ニーズを満たせる提案

- ☐ お客様のニーズを踏まえたプランを作成・提案している。



P21

10 わかりやすい提案

- ☐ 目で見てわかる提案書を作成している。
- ☐ 提案書の内容をお客様にじっくり説明している。



P21

11 ステップアップした提案

- ☐ 住宅の性能が向上するリフォームプランを提案をしている。
- ☐ グレードアップ提案をしている。
- ☐ 長く住むための提案をしている。
- ☐ 補助金や減税制度の活用を提案している。

P22

12 設計時の留意点

- ☐ 図面を作成・提供している。
- ☐ お客様へ事前にリフォーム工事の範囲を明確に伝えている。
- ☐ 既存不適格部分への対応を行っている。



P23

13 見積時の留意点

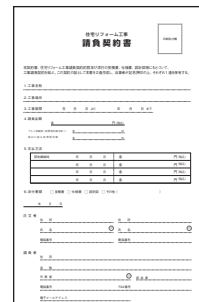
- ☐ 一式の見積を避け、詳細を明示している。
- ☐ お客様にわかりやすい見積書を作成している。
- ☐ 見積書の内容をていねいに説明している。



P24・25

14 契約の重要性

- ☐ 契約書によって契約を締結している。



P26

15 工事中の注意点

- ☐ 事前に工事の内容、スケジュールをお客様に伝えている。
- ☐ 近隣への挨拶を行っている。
- ☐ 居住者に配慮した工事をしている。
- ☐ 設計変更に対応している。
- ☐ 検査後に引き渡しを行っている。

P27・28

16 工事後のアフターフォロー

- ☐ リフォーム後の状況確認、定期点検を実施している。
- ☐ 不具合には迅速に対応している。
- ☐ リピート受注活動を実施している。
- ☐ OB顧客にリフォーム見込客の紹介を依頼している。

P29~31

17 地域密着・貢献

- ☐ 地域の催事等に参加している。
- ☐ ボランティア活動を行っている。
- ☐ 自然災害への対応に協力できる体制を築いている。
- ☐ カーボンニュートラル、SDGsへ取組んでいる。



P32



リフォーム会社って
どんなところ？
知っているようで知らない。

お客様が知りたいこと

- リフォーム会社には、何を、どこまで依頼できるんだろう。
- リフォームしたいけど、どこに頼めばいいかわからない。
- 会社によって、できる・できない、得意・不得意があるの？



お客様に「どんな会社」と
聞かれたら、どう答えたら
いいんだろう。

社員の皆さんが知りたいこと

- お客様にウチの会社をどう説明すればいいんだろう？
- ウチの会社の得意分野、売り物は何だろう？
- 社長は、どんな会社になりたいんだろう。

1 業務分野と協力体制

現状の自社の業務分野を再確認しましょう。



リフォーム事業者の皆さんが思っている以上に、お客様はリフォーム会社のことを知りません。「ウチが行おうとしているリフォームは、どこに頼めばいいんだろう」と思っているお客様は、数多くいらっしゃいます。また、社員の皆さんも、どこまでの工事を受注してよいのか迷うことがあるかも知れません。

そこでまず、現在の業務分野を再確認して、自社の立ち位置を明確にしましょう。そこから、自社の今後の方向、お客様へのアピール方法が見えてきます。

これまでリフォームを行った分野にチェックを入れて、
自社の業務分野を明確化しましょう。(□に✓を入れてください)

- ①□躯体の改修
- ②□間取りの変更
- ③□外壁の修理・塗装
- ④□エクステリアの改修
- ⑤□屋根の葺き替え

- ⑥□窓の改修
- ⑦□網戸の張替え
- ⑧□畳の張替え
- ⑨□手すりの設置
- ⑩□段差解消
- ⑪□廊下・入口の拡張改修



- ⑫□トイレの改修
- ⑬□浴室・洗面の改修
- ⑭□キッチンの改修

- ⑮□ドア・建具の取替え
- ⑯□家具・収納の改修・設置
- ⑰□設備機器の取替え
- ⑱□玄関ドアの改修・取替え

- ⑳□耐震改修
- ㉑□バリアフリー改修
- ㉒□省エネルギー改修
- ㉓□防犯改修
- ㉔□耐久性向上改修

- ㉕□建具の改修

どのようなリフォームを行う会社になるべきか——。
目指す方向(業務分野)を明確にしましょう。

これから5年、10年先を見据えて、現在の業務分野を更に強化させていくべきか、業務分野を拡大させていくべきかを考えてみましょう。

○ 現在および今後の姿を書き出してみましょう。

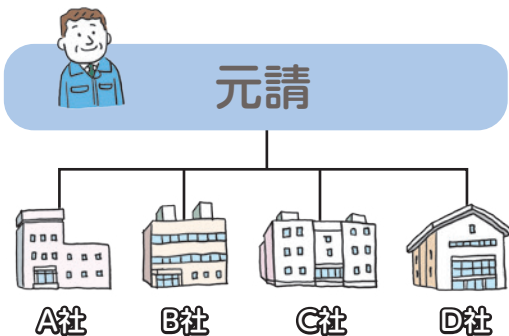
現在の業務分野 (既存の業務分野にチェックを入れ、追加項目があれば記入してください)

- ☐ 総合的リフォーム工事 (躯体の改修、間取り変更、内外装工事など)
- ☐ 外装リフォーム工事 (外壁改修・塗装、屋根葺き替え、外周建具・玄関ドア改修工事など)
- ☐ 内装リフォーム工事 (内装・床・天井・壁・窓・ドア・建具・家具の改修工事など)
- ☐ 設備リフォーム (水まわり設備や給排水設備の改修工事など)
- ☐ 修理・営繕 (各種設備機器の修理・取替えなど)
- ☐
- ☐
- ☐

現在の得意分野

今後、どのようなリフォーム事業を展開していきたいか

他の事業者との協力関係を強化しましょう。

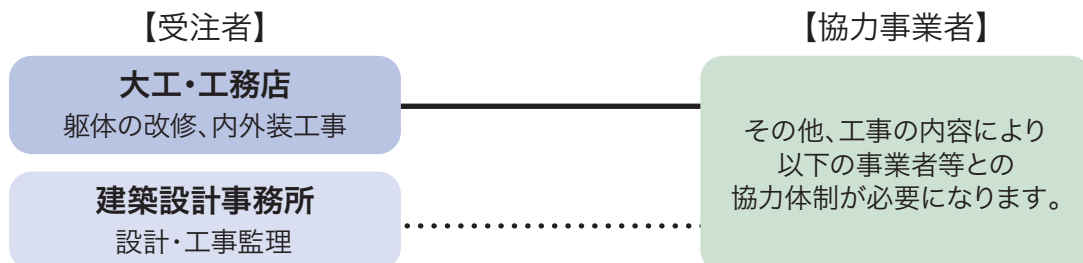


現在の業務分野を更に強化させるにしても、業務分野を拡大するにしても、各工事で必要になる職人の確保や関係業者との協力体制を築いておくことは、とても重要です。

現在、どの業務分野で何社と協力関係を結んでいて、今後はどんな会社と協力関係を強化していくべきかを検討してみましょう。

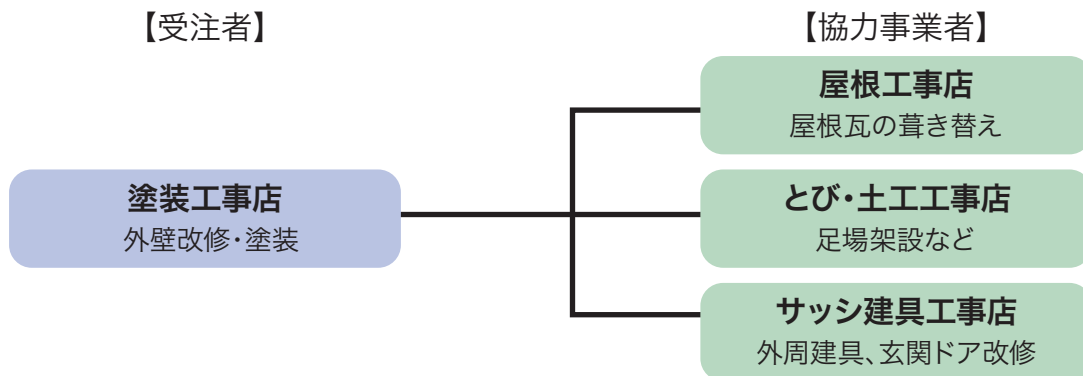
●総合的なリフォーム

＊総合的なリフォーム工事(リノベーション)の場合の事業体制の例

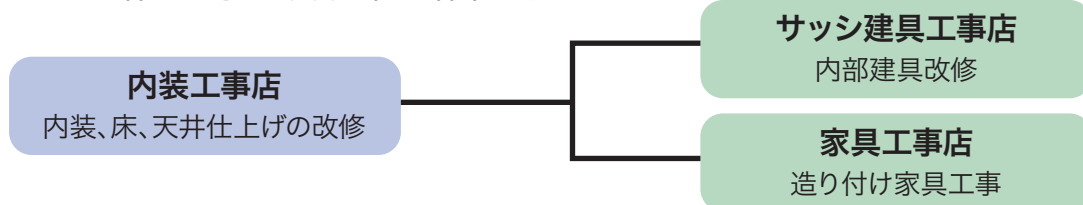


●個別／テーマ別リフォーム

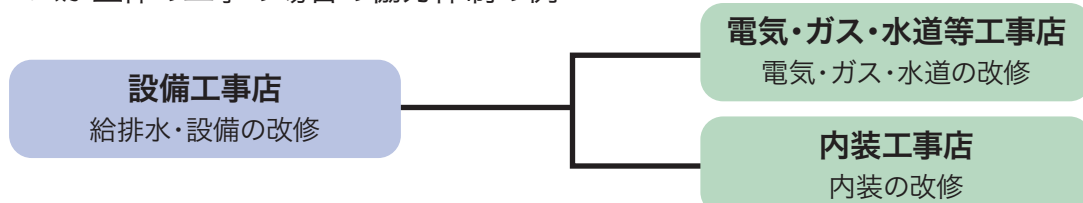
＊外装リフォームが主体の工事の場合の協力体制の例



＊内装リフォームが主体の工事の場合の協力体制の例



＊設備リフォームが主体の工事の場合の協力体制の例



まず、営業活動を展開する地域を定めましょう。



見込客の開拓・商談・リフォーム工事などを効率的に行うためには、営業活動を展開する地域(商圈)を定める必要があります。地域を定めなければ、数多くのお客様を対象にできると、なんとなく安心します。しかし、実際は的が絞れなかったり、移動に時間がかかるなど、業務効率が低下してしまいます。

地図を広げて、貴社の所在地に印をつけ、人員、業務分野、道路・交通状況、住宅数などを考慮しながら、営業対象とする地域を決めていきましょう。グーグルアースやストリートビューを活用すれば、住宅の状況を写真で確認することもできます。

次に、定めた地域には、どんなお客様が存在し、どのようなリフォーム需要があるのかを調べてみましょう。



あの地域には、どんな建物があって、どんな人たちが住んでいるのかを即答できますか？ 現場への行き帰りや私生活でいつも目にしているはずなのに、知っているようで知らないという方が多いのではないのでしょうか。

営業を展開すると定めた地域について、もう一度、どんな建物があって、どんな人が住んでいて、どんなリフォーム需要がありそうかを調べてみましょう。これまで気づかなかった発見があるはずです。

更に、貴社の業務分野と照らし合わせて、アプローチしていく顧客の優先順位を決めましょう。



営業活動を展開する地域のリフォーム需要、貴社がこれまで行ってきたリフォーム工事の実績、今後伸ばしていきたい分野などを洗い出してください。それらを踏まえて、どのお客様から優先的にアプローチしていくかを決めましょう。ターゲットを定め、まずそのお客様から積極的にアプローチしていくことが、受注拡大、営業活動の効率化につながります。

3 会社情報の発信

お客様に貴社がどんな会社であることを告知しましょう。



スマートフォンが普及し、商品を購入する前に情報を入手することが習慣化しています。リフォーム会社にとってお客様への自社情報の提供は、重要なポイントになってきています。お客様の立場で考えれば、「どんな会社かわからないままリフォームやリノベーションを依頼するのは不安」なのです。

○ お客様へ提供する貴社の情報を整理しましょう。



自社をお客様に理解していただくために、提供できる情報を整理しておきましょう。そして、それらをお客様に積極的にアピールしたり、問い合わせがあった時に即答できるようにします。

情報提供内容例

- 会社概要(名称、所在地、社員数など)
- 専門分野・得意分野(最も得意な事業分野についての説明)
- 沿革(会社設立以来の歴史など)
- 建設業許可(建設工事の種類・時期など)
- 資格者人数(建築士、施工管理技士、増改築相談員など)
- 加盟団体(住宅リフォーム事業者団体登録制度の登録団体、
○○協会、○○協同組合、○業協会など)
- 保険加入(工事保険、性能保証など)
- 工事实績(年度別、種別受注工事实績数や工事名)
- 工事事例(実際の工事の事例の概要・写真・時期・工事費用など)

○ お客様の印象に残る、キャッチフレーズやロゴマークなどを検討しましょう。

【キャッチフレーズ例】

- リフォームで、笑顔あふれる暮らしを提案
- お客様の、夢をカタチに
- お客様の喜びが、私たちの喜びです
- リノベーションで、住まいをリフレッシュ
- リフォームで、地域に貢献

「あっ、あの会社知ってる」「どこかで見たことがある」など、貴社の存在をお客様に印象づけるために効果的なのが、キャッチフレーズやロゴマークなどです。あなたの会社でも、企業の姿勢をアピールするキャッチフレーズや、ひと目でこの会社だとわかるロゴマークを作ってみましょう。

○ 各種媒体を活用して、貴社の存在をお客様に認識していただきます。



会社案内、ホームページ、SNS、チラシ、営業活動などで、お客様に定期的に貴社の情報を提供し続け、「あの会社知ってる」「あの会社に問い合わせよう」と思ってもらえるようにしましょう。

リフォーム事業の主な 流れを再確認しましょう。

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



リフォーム事業の主な流れには、大きく分けて7つのステージがあります。階段を昇るように、一つひとつのステップを確実に行っていくことで、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

顧客名簿									
顧客ID	姓	名	住所	電話番号	メールアドレス	担当営業	担当営業	担当営業	担当営業
001	田中	太郎	東京都千代田区千代田	03-1234-5678	tanaka.taro@example.com	山田	花子	佐藤	健一
002	佐藤	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5679	satohana@example.com	山田	花子	佐藤	健一
003	山田	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5680	yamada.hana@example.com	山田	花子	佐藤	健一
004	山田	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5681	yamada.hana@example.com	山田	花子	佐藤	健一
005	山田	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5682	yamada.hana@example.com	山田	花子	佐藤	健一
006	山田	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5683	yamada.hana@example.com	山田	花子	佐藤	健一
007	山田	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5684	yamada.hana@example.com	山田	花子	佐藤	健一
008	山田	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5685	yamada.hana@example.com	山田	花子	佐藤	健一
009	山田	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5686	yamada.hana@example.com	山田	花子	佐藤	健一
010	山田	花子	東京都千代田区千代田	03-1234-5687	yamada.hana@example.com	山田	花子	佐藤	健一



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、見えずらい。

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、態度や対応などで安心・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」を行いましょう。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う。

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、お話する相手はお客様です。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う。

身なり

服装や髪の乱れ、靴や靴下、手の汚れなどに注意しましょう。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」と思うお客様もいます。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う。



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」と思ってもらくためには、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年以上の経営業務の管理責任者、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う。



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。

東京都知事許可(般00)第00000号

二級建築士
増改築相談員

改築 太郎

株式会社 ABCリフォーム
〒102-0071 東京都千代田区富士見2-7-2
TEL 03-3556-5430 FAX 03-3261-7730
URL: <http://www.j-reform.com>
E-mail: taro-k@j-reform.com



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。

施工事例 ○○様邸 トイレリフォーム

Before



After



費用 万円
工期 日

お客様の声

「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。



我が家にふさわしいリフォームを
一緒になって考えてくれ、
最適なプランを提案して欲しい。



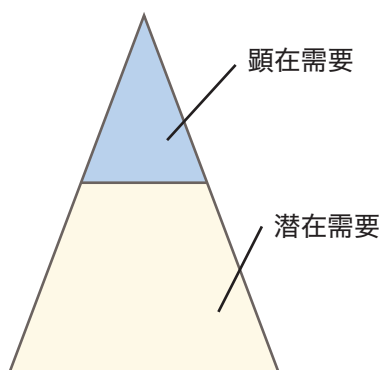
お客様が希望・期待すること

- 要望をしっかりと聞いて、プランに反映して欲しい。
- リフォーム後のイメージを、目で見てわかる方法で提案して欲しい。
- 専門家ならではの知見やアドバイスをわかりやすい言葉で伝えて欲しい。

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
維持修繕・更新などのリフォーム	●屋根外壁の劣化や傷みを直したい ●古いキッチンを新しいものに替えたい
家族構成の変化などにもなうリフォーム	●子ども部屋を大きなリビングルームに替えたい ●二世帯住宅にしたい ●高齢化対応のユニットバスにしたい

分類	リフォームのニーズ
ライフスタイルの変化などにもなうリフォーム	●お客さんを迎えられる大きな玄関にしたい ●洋風のリビングに替えたい
性能向上リフォーム (耐震改修/断熱・省エネリフォーム)	●地震がきても安心できる丈夫な家にしたい ●防犯性能を高めたい ●夏涼しく、冬暖かい家にしたい ●冷暖房にかかる光熱費を節約したい

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、具体的につめていきましょう。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す。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。

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

プランで
具体化

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になります。

○ 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。

二人でお料理
するのって
楽しい！

本当に
そうね



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。

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。

説明がていねいで
わかりやすいわ



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かわ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」と思っていただけの提案が、信頼度を高めます。

思った
以上で
カンゲキ!



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」と思ってい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です。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!



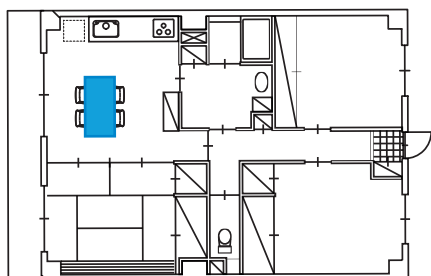
メーカーのショールームで実際に商品を見ていただくと、リフォームがより現実的になります。

設置を提案している商品をショールームで見ていただくことで、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

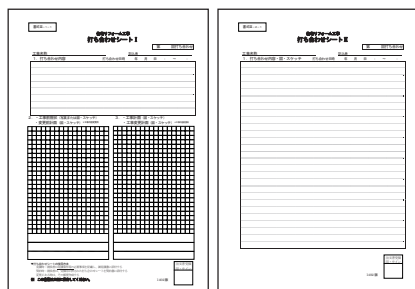
※平成21年、平成24年、平成27年に構造耐力関係規定の緩和条件等に係る告示が一部改正されました。

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



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必要があります。

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、漏えい等の事象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)
 - ・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。

作成日 令和〇〇年 8 月 30 日

書式N-1
住宅リフォーム工事
御見積書

家田 建一 様

※設計料を必要とする場合は、工事項目に明記します

請負者名 ○×〇工務店株式会社
代表者 ○△〇△
住所 □□県〇〇市××町△△-△

印

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(グリーンゲ代)	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	一式	25,000
・電気工事	スイッチ・コンセント・ブレイク取替	一式	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	一式	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



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。

The image displays three standard contract forms for residential renovation work, published by the Japan Home Renovation Association. The forms are designed to be used for different types of projects and transactions.

- 住宅リフォーム工事 請負契約書 (Residential Renovation Work Contract):** This is a comprehensive contract form for larger projects. It includes detailed sections for project description, pricing, and terms. A red box highlights the "クーリング・オフ" (Cooling-off) period, which is a mandatory waiting period for consumers before signing a contract.
- 注文書 (Order Form):** This form is used for smaller projects or when the customer has already decided on the work. It includes sections for project details, pricing, and terms.
- 請書 (Proposal Form):** This form is used when a contractor is submitting a proposal to a customer. It includes sections for project details, pricing, and terms.

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あります。

○ 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業種が関わり、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もあります。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りません。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>





万一、何かあった時に、
すぐに対応して
くれるんだろうか…。

お客様が求めること

- リフォーム後も面倒をみて欲しい。
- 何かあった時に、すぐに対応して欲しい。
- 「この会社でリフォームしてよかった」と思いたい。

16 工事後のアフターフォロー

工事後のアフターフォローが、次の依頼を左右します。



リフォーム工事の完了後から、お客様との長いお付き合いが始まります。日常の忙しさを理由に、アフターフォローを疎かにすると、お客様は失望し、次の仕事を依頼したくないと思います。逆に、アフターフォローを確実に行えば、お客様に「この会社なら、長くつき合える」と思ってもらえます。

- 実際にお使いになった状況を確認しましょう。また、定期点検を実施すれば、トラブルを未然に防止でき、信頼度も高まります。



お客様は、リフォーム後の暮らしの中で不明点や、不満・不具合に気づくことがあります。引き渡し後1か月以内に、お客様に使用状況を確認しましょう。そのことで、お客様は「リフォーム後も面倒をみてくれる会社」と、好印象をもちます。

また、リフォーム工事後の不具合がないか、定期的に点検して確認しましょう。定期点検には、契約に基づいて無償で行うものや、お客様の要望で有償で行われるものがあります。工事に併せて今後の維持保全計画をお客様と一緒に作成するのもよいでしょう。

○ 不具合が発生した時に、迅速な対応ができる体制づくりが必要です。



不具合が発生し、お客様から連絡を受けた時には迅速に調査・補修を行うことが重要です。迅速な調査・補修の実施は、お客様の信頼を得ることにつながります。

連絡を受けた社員から担当者への報告の徹底、対応方法の教育も実施しましょう。なお、補修費用は契約書(契約約款)の保証内容に従って対応しましょう。

○ 顧客台帳を作成して、定期的にコンタクトをとりましょう。

顧客名簿									
No.	顧客名	住所(郵便区)	建物	工事種別	工事内容	契約・引渡	点検予定日	備考	
1	TEL	工事	01	契約	年月日	01	年月日		
	TEL	工事	02	契約	年月日	02	年月日		
	TEL	工事	03	契約	年月日	03	年月日		
	TEL	工事	04	契約	年月日	04	年月日		
	TEL	工事	05	契約	年月日	05	年月日		
	TEL	工事	06	契約	年月日	06	年月日		
	TEL	工事	07	契約	年月日	07	年月日		
	TEL	工事	08	契約	年月日	08	年月日		
	TEL	工事	09	契約	年月日	09	年月日		
	TEL	工事	10	契約	年月日	10	年月日		
	TEL	工事	11	契約	年月日	11	年月日		
	TEL	工事	12	契約	年月日	12	年月日		
	TEL	工事	13	契約	年月日	13	年月日		
	TEL	工事	14	契約	年月日	14	年月日		
	TEL	工事	15	契約	年月日	15	年月日		
	TEL	工事	16	契約	年月日	16	年月日		
	TEL	工事	17	契約	年月日	17	年月日		
	TEL	工事	18	契約	年月日	18	年月日		
	TEL	工事	19	契約	年月日	19	年月日		
	TEL	工事	20	契約	年月日	20	年月日		

年賀状を送る、イベントに招待する、カレンダーを配布するなど、お客様と定期的にコンタクトをとりましょう。定期的なコンタクトによって、お客様は「いつも気にかけてくれている」と思い、貴社の存在を再認識します。顧客台帳を作成して工事の内容を記載し、コンタクトが必要な時期に確実にアプローチし、実施内容を記入しておきましょう。顧客台帳は、リピート受注を掘り起こすためにも必要です。ぜひ作成してください。

万一、トラブルが発生したら

保証について

新築工事では、一般的に、部位に応じて無償の修理の範囲や期間を定めるとともに、不具合の内容によって有償の補修を行っています。リフォーム工事でも、予め無償保証の範囲を定めて対応することが、お客様の安心につながります。なお、設備機器や防水工事等ではメーカー保証が行われるものもありますので、メーカー等と調整する必要があります。

補償保険

●リフォーム瑕疵保険

住宅瑕疵担保履行法に基づくリフォームの保険制度です。事業者は事前に国土交通大臣が指定する住宅専門の保険法人に登録すれば、任意で保険に加入することができます。加入の際には保険法人の建築士等による一定の検査を受け、一定期間内に工事の瑕疵が見つかった場合には補習費用等の保険金が支払われます。

●建設工事保険

建設工事に伴ういろいろな事故による損害が幅広く補償されます。

●請負業者賠償責任保険

他人に損害を与え賠償責任をおった時に補償されます。

相談センター等への問い合わせ

万が一、お客様との間でトラブルが時生じてしまったら、住まいのダイヤルに相談するのもよいでしょう。ユーザーだけでなく、事業者からの相談も受付けています。



住まいのダイヤル® 公益財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター

TEL 0570-016-100(ナビダイヤル)

受付時間: 10:00~17:00(土・日・祝日・年末年始除く)

PHSやIP電話をご利用の方 TEL 03-3556-5147

公益財団法人 住宅リフォーム・
紛争処理支援センター

<https://www.chord.or.jp>



16 工事後のアフターフォロー

○ タイミングを見計らって、リピート受注の提案を行いましょう。

そろそろトイレの
リフォーム時期かな



顧客台帳を見て、リピート受注が見込めそうなお客様に提案活動を行います。リフォームした箇所以外の老朽化、家族構成やライフスタイルの変化などを見極めて、リフォーム期に来ているお客様を洗い出し、提案活動を実施しましょう。

お客様から声がかかる前に提案活動を行うわけですから、リフォームをすることで得られる効用(ベネフィット)を感じられる提案が必要です。(P19参照)

○ リフォームをしたお客様に、お知り合いを紹介していただきましょう。

あのお客様なら
紹介を依頼
できそうだ



定期的なコンタクトによって関係が深まったお客様には、見込客の紹介を期待できます。謝礼やプレゼントなどを用意して、お知り合いを紹介していただきましょう。見込客の紹介依頼は、取引先にも実施できます。日頃から関係を強化して、紹介を依頼しやすいようにしておきましょう。

ここが
ポイント



日常の活動の延長線上に、
リピート受注や紹介があることを忘れないでください。

あの会社
にまた頼みたい

あの会社なら
紹介できる



初対面からアフターフォローまで、お客様は貴社の一つひとつの対応によってよい会社か、そうでない会社かを判断します。万一、トラブルが発生しても、対応がよければ、信頼感を深めることもあります。特に、アフターフォローは重要で、「売り放しにした」といった印象をもたれると、お客様は二度と依頼したくないと思います。リピート受注や紹介は、日常活動の延長線上にあり、“貴社の姿勢を映す鏡”であると思ってください。

17 地域密着・貢献

地域密着・地域貢献がますます求められる時代です。

○ 地域の催事への参加や、ボランティア活動などに、積極的に取り組みましょう。



地域に密着し、地域に貢献できる会社であるかを問われる時代になってきています。地域で開催する催事や、ボランティア活動に積極的に取り組む企業姿勢を、地域・お客様は評価します。

○ 自然災害が増えている現在。万一、災害が起きた時に、自社に何ができるか考えておきましょう。

復旧・復興への対応

避難所への対応

ボランティア活動

近年、自然災害が非常に多くなってきています。災害の発生前・発生後に、建築に携わる会社として、何ができるかを検討しておく必要があります。たとえば、老朽化した建物を台風や火災から守る改修工事の提案、災害後の復旧・復興への迅速な対応、避難所の安全・安心の確保の支援、被災者へのボランティア活動など、様々な支援策が考えられます。

万一に備えて、貴社が実施できる支援策を、今から考えておきましょう。

ここが
ポイント



カーボンニュートラル、SDGsへの取り組み・実戦で
社会に貢献することが、リフォーム事業者の使命です。

2020年10月、国は2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする「カーボンニュートラル」を目指すことを宣言しました。

また、持続可能な社会の実現を目指して、全世界でSDGs(持続可能な開発目標)を推進しており、17項目の目標の中には、リフォーム業界に関連するものも含まれております。

リフォームによって、カーボンニュートラル、SDGsに貢献できる住まいをお客様に提供する。加えて、自らもカーボンニュートラル、SDGsに配慮したリフォーム工事を行う。それが、これからのリフォーム事業者の使命であり、地域密着・地域貢献を実現する大きな柱のひとつともいえます。

「清潔な住まいづくり」への意識が高まっています。

除菌・抗菌など、人々の清潔志向が年々高まってきていた中で発生した、新型コロナウイルス。さらに、新たな感染症の発生も危惧され、リフォームにおいても、お客様の「清潔な住まいづくり」への意識が高まっています。

明確な行動基準による新型コロナ対策

新型コロナ禍でのリフォームは、お客様にとっても、従業員の皆さんにとっても、不安です。「とにかく気をつけよう」ではなく、明確かつ具体的な行動指針の下で業務を遂行することが、感染の予防、安心感の醸成につながります。

当協議会が策定した「住宅リフォーム業界における感染予防ガイドライン」を参考にして、自社の行動指針を作成・実施しましょう。また、作成した行動指針を事前にお客様に伝えて、少しでも安心してリフォームを検討・実施していただけるようにしましょう。

清潔な住まいづくりへの提案活動

お客様の「清潔な住まいづくり」への意識が高まる中で、リフォーム業界も“清潔”をキーワードにした提案を積極的に行う必要があります。

たとえば、汚れにくく、お掃除もしやすく、いつまでも清潔感を保てる水まわり設備の提案。きれいな空気の中で暮らすことができる、換気に配慮した空調設備の提案。衛生面に配慮した、最適な場所への手洗い設備の設置など、様々なリフォームプランを作成して、お客様に提案してみましょう。

住宅リフォーム業界における感染予防ガイドライン ～リフォーム現場等での予防対策～

令和2年9月30日制定 令和3年 11 月1日 改定 一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会

1 本ガイドラインの位置付け

本ガイドラインは、政府の「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」および 新型コロナウイルス感染症対策専門家会議による「新型コロナウイルス感染症対策の状況分析・提言」を踏まえ、住宅リフォーム事業者が新型コロナウイルス感染症の予防対策を行う際の参考となる基本的事項を整理したものである。

リフォームは新築住宅の建設と違い、既存の住宅を改修するため、顧客が生活する建物内外での打ち合わせや調査、工事等が必要になる。顧客の安全で快適な生活および財産を維持するため、事業者および関係者は最大限の配慮をもって業務に臨まなくてはならない。そのため、自社の店舗・事業所内だけでなく、移動中や顧客宅、リフォーム現場、ひいては平素の生活においても感染防止に努めることが肝要である。それは従業員や工事関係者の安全確保のためでもある。

感染防止の取組みが従業員や工事関係者、顧客のみならず、社会全体の感染拡大防止につながるものであることを認識し、本ガイドラインを参考として、それぞれの事業内容、企業規模および事業所の形態等に即した創意工夫を図り、感染の拡大防止に努められたい。

なお、本ガイドラインは、今後の政府による基本的対処方針の改定、各都道府県知事による自粛要請等の動向を踏まえ、必要に応じて適宜見直しを行うものとする。

2 感染予防のための基本留意事項

- ① 新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐため、すべての従事者は平素からマスク、フェイスシールドまたはマウスシールド等(以下「マスク等」という)の着用、手指の消毒、体温測定等に加え、「3つの密(密閉・密集・密接)」を避けるための取組みに努める。また、普段から健康観察アプリなどを活用し、毎日の健康状態を把握する。近くはデルタ株等の変異株の拡大も踏まえ、正しいマスク等の着用について施設内で掲示等(マスク着用の際、鼻が出ていたり、顎にかけている状態は避けるなど)を行い周知するとともに、咳エチケットについて徹底する。なお、マスクについては品質の確かな、できれば不織布マスクの着用が望ましい。^{*1}
- ② 感染防止の取組みは、事務所・店舗やリフォーム現場をはじめ、移動する車内や移動経路、立寄先等においても努めるものとする。
- ③ 日常の健康に留意する。出勤前に自宅で検温し、結果を控える。
- ④ 体調が思わしくない場合や体温が 37.5度以上であった場合は出勤せず、自宅療養する社内ルールを徹底する。
- ⑤ 発熱、咳、咽頭痛、味覚・嗅覚異常等により新型コロナウイルスの感染が疑われる症状がある職員は出勤せず、症状が治まるまで自宅待機する。出勤後にこれらの症状が現れ

た場合は、必要に応じて帰宅し、症状が治まるまで自宅待機する。

- ⑥ 症状が以下のいずれかの条件に当てはまる場合は、かかりつけ医または自治体の相談センター等に相談し、その指示に従う。

イ) 息苦しさ(呼吸困難)、強いだるさ(倦怠感)、高熱等の強い症状のいずれかがある場合

ロ) 発熱や咳など比較的軽い風邪の症状であっても4日以上それが続く場合(症状には個人差があるので、強い症状の場合や解熱剤等を飲み続けなければならない場合にはすぐに相談する)

ハ) 高齢者、基礎疾患(糖尿病、心不全、慢性閉塞性肺疾患等の呼吸器疾患等)がある者、透析を受けている者及び免疫抑制剤や抗がん剤等を用いている者で、発熱や咳などの比較的軽い風邪の症状がある場合

- ⑦ 万一新型コロナウイルスに感染した場合は、保健所等から個人ごとの勤務日や休日に関係なく体調の推移を確認されることとなるため、平素より休日も含めて体調管理カードを記入しておくことが望ましい。

- ⑧ 以上の取組みについて、事業者や従業員のみならず関係者(協力業者・職人、来訪者等)にも感染拡大防止策への理解と実施を求める。

- ⑨ 自社のホームページやちらし、会社案内等に、感染防止に取り組んでいることやその内容について表示し、地域や顧客に対して感染拡大防止策への理解と安心付与に努める。

*1 厚生労働省

国民の皆さまへ(新型コロナウイルス感染症)」参照

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_00094.html



3 業務別留意事項

(1) 職場(店舗・事務所・ショールーム・作業場等)

(基本事項)

- ① ソーシャルディスタンスの確保に努め、机を離して設置する、正対せずに離れて着座するなどして、顔の正面からできる限り2m(最低1m)の間隔を確保する。確保できない場合には、パーティション・アクリル板・透明ビニールカーテン等によって仕切ることが望ましい。マスク等を常時着

用し、大声は控える。間仕切り等が備えてあっても、マスクなしの会話は厳に慎む。

- ② 玄関等の出入口には消毒液を配備し、入出場の際に手指の消毒を行う。また、同時にマスク等の装着確認や検温等、必要とされる事項を定め、実施する。不特定多数の使用や触れる場所・設備は適宜消毒を行う。CO₂モニター等により換気効果を確認することが望ましい。また、開放可能なドアは常時開放し、図面、カタログ、雑誌、新聞等は誰でも触れる状態で放置しない。

- ③ 定期的な手洗い、うがい、手指消毒等を徹底する。このために必要となる水道設備や石けん、手指消毒液等を配置する。

- ④ 十分な換気を行う。適切な空調設備を活用した常時換気を行い、換気設備がない場合は1時間に2回以上かつ、1回に5分間以上窓を開けての換気を実施する。空調設備のほか、空気清浄機や空間除菌脱臭機等も活用する。また、乾燥する場面では、湿度40%以上を目安に加湿する。なお、寒冷な場合であっても、暖気を維持しながら、常時換気またはこまめな換気を徹底する。その際、換気量を維持しながら暖気を保つため、こまめに大きく窓開けするのではなく、常時小さく窓開けする等の工夫は可とする。

- ⑤ トイレについて、腰掛便器にふたがある場合、閉めてから洗浄する。トイレや洗面室ではハンドドライヤーおよび共用タオルは使用しない。必要な場合はペーパータオルを設置するか、個人用タオルを持参してもらう。

- ⑥ 休憩時においても適切な距離を確保し、一定数以上が休憩室等を同時に利用しない、屋内では常時換気を行うなど、いわゆる「3つの密」の防止を徹底する。居場所の切り替わり時(休憩室、喫煙所等)は感染リスクが高まる傾向があるので注意する。また、共用する物品(テーブル、いす等)は定期的かつこまめに消毒する。また、食事中以外のマスク着用を徹底し、飲食時中などマスクを外している際は会話を控える。

- ⑦ ゴミはこまめに回収し、鼻水や唾液等がついたゴミがある場合はビニール袋に密閉する。ゴミの回収等清掃作業を行う作業員は、マスクや手袋を着用し、作業後に手洗いを徹底する。

- ⑧ マスク等や非接触型体温計、消毒・除菌用品等を常備する。

(次ページにつづく)

感染症対策

- ⑨ 感染防止啓発ポスター等を掲示し、感染防止意識の向上・定着を図る。
- ⑩ 寮などで集団生活を行っている場合や、従業員同士の距離が近いなど密になりやすい環境(労働集約的環境)、一般的な感染防止措置を行うことが困難な場合など、クラスター発生の危険性が高い職場環境では、定期的なPCR検査の活用も有用であるので、導入を積極的に検討すること。
- ⑪ 職員、建設職人、関係業者に対して自治体の方針に基づく感染経路追跡アプリや、厚労省が提供する接触確認(COCOA)のアプリの利用を積極的に呼び掛ける。

(執務中)

- ① 執務中はマスク等を着用し、こまめに手洗いやアルコール等による手指消毒を行う。
- ② ドアノブ、各種スイッチ、手すり、エレベーターのボタン等、手で触れる共用設備や箇所について、定期的かつこまめな消毒を行う。
- ③ 夏期の温湿度が高い室内では、熱中症予防対策として、のどが渇く前にこまめに水分補給を心がける(マスク着用時はとくに注意する)。
- ④ 打ち合わせや会議等はオンラインで開催することも検討する。
- ⑤ 書類の申請や受渡し等は、できる限りオンラインまたは郵便等で行う。やむを得ず訪問する場合はマスク等を着用し、できる限り少人数で訪問する。
- ⑥ 朝礼等を行う場合は、できる限り小グループで行い、2m(最低1m)以上の間隔を空けて実施する。

(打ち合わせ時)

- ① 打ち合わせや商談は電話、メールまたはオンライン(WEB、SNS等)を積極活用し、不要不急の出張や対面での打ち合わせ等を減らすよう心がける。
- ② 自社で打ち合わせ等を行う場合は、下記の点について留意する。
 - ・ 極力短時間の打ち合わせを心がけ、会話を短く切り上げる
 - ・ 相手の氏名と連絡先を記録・保管する(個人情報保護に留意)
 - ・ 十分な換気が可能な部屋(換気設備がない場合は1時

間に2回以上かつ、1回に5分間以上窓を開けて換気を実施する)を使用する。空調設備のほか、空気清浄機や空間除菌脱臭機等も活用する。また、乾燥する場面では、湿度 40%以上を目安に加湿する。

- ・ 参加者相互が、顔の正面からできる限り2m(最低1m)の間隔を確保する。いすを間引くなど、間隔を空けて座席を配置し、できる限り正対して着座しない。
- ・ 来訪者にもマスク等の着用、手指の消毒等を求める
- ・ 来客用の備品(スリッパ・手袋等)は使い捨てのものを使用するか、都度消毒を実施する
- ・ 湯茶接待はペットボトル等で行い、ガラスコップや湯飲みは使用しない。

- ③ 来訪者に発熱、咳、咽頭痛、味覚・嗅覚異常等の新型コロナウイルスの感染が疑われる 症状がある場合は、来社や立入りを防止する措置を実施する。

(イベント開催時)

- ① セミナーや各種見学会などのイベントを企画・実施する場合には、事前予約により集客数や対象を限定する等、感染予防に十分注意する。また、参加者リストを作成・保管し、予約のない来場者についても記名を求める。
- ② 受付等には消毒液や透明ビニールカーテンを設置する等の感染予防措置を講ずる。
- ③ 接触確認アプリ(COCOA)や、各地域通知サービスのインストールと登録を行うことを積極的に推奨し、開催中確実に機能させる(電源とBluetoothをonにした上で、マナーモードを推奨する)。
- ④ 会場室内の十分な換気を行う。換気設備がない場合、1時間に2回以上かつ、1回に5分間以上窓を開けて空気の入替えを行う。
- ⑤ 人が滞留しない動線を確保する。密集が回避できない場合はそのキャパシティに応じ、人数制限・動線の確保、正しいマスク等の常時着用、大声や長時間の会話控え、換気、対人距離確保等を徹底する。
- ⑥ 顧客へ適宜飲み物を用意する。

(自宅で業務や作業等を行う場合)

- ① 事務作業等の場合、業務に支障とならない範囲で、テレワーク等遠隔業務を積極的に検討する。
- ② テレワーク等遠隔業務を行うにあたっては、厚生労働省の

ガイドライン*2等を参照し、労働時間の適正な把握や適正な作業環境の整備等に配慮する。

*2 厚生労働省

テレワークにおける適切な労務管理のためのガイドライン

<https://www.mhlw.go.jp/content/11911500/000683359.pdf>



(2)移動時

- ① 時差通勤や自動車の利用等により、通勤時の公共交通機関の混雑緩和を図る。
- ② 移動中も正しいマスク等を着用する。
- ③ 車で移動する場合、シートやドアレバーなど手で触れる箇所を定期的に消毒するほか、ハンドルやシフトレバーについては運転手が交代する度に消毒することが望ましい。また、エアコンによる外気導入や窓開け等の車内換気を行い、通気性を保つ。複数名で乗り合わせる場合は、距離を確保し、私語を控える。
- ④ 外出時や出張時は、訪問場所や面会相手、時間、経路等を記録に残す。

(3)顧客宅訪問時

- ① 客先で打ち合わせ、現場調査等を実施する場合は、極力少人数で行う。
- ② 訪問する直前に手指の消毒を行い、併せて検温を実施する。
- ③ 客先ではマスクを着用する。スリッパは自前で用意し、消毒済みのものを使用するか使い捨てスリッパを使用する。
- ④ 工具類については、必要に応じて消毒を行う。

(4)リフォーム工事時

(工事前)

- ① 顧客が生活しながらの工事となる場合は、必要に応じて換気を行い、工事中のほこり等を他の部屋に移動させないように配慮する。
- ② 工具類は必要に応じて事前に消毒し、工事中や作業終了後も適宜消毒を実施する。
- ③ 作業現場では、上履き用の靴に履き替える。
- ④ 現場入場前に手指の消毒や検温を実施する。体調がすぐ

れない者、ウイルス等に感染したと思われる者は現場に入らない。

(工事中)

- ① 現場作業の時間や人数は最小限に留める。
- ② 作業者の入退室について、氏名・社名・作業時間等を記録し、保管する。
- ③ 現場での連絡は電話やSNSを用いるなど、接触時間を減らすための工夫を行う。
- ④ 原則としてマスク等を着用する。(屋外で十分な換気を確認できる場合や、建設職人相互ができる限り2m以上の間隔を確保して作業を行う場合を除く)。なお、フェイスシールドまたはマウスシールドは飛沫感染を防ぐ効果が薄いことを理解し、建設職人相互が特に密接する場面では使用せず、マスクを使用する。
- ⑤ 一定時間ごとに窓を開けるなど、十分な換気を行う。
- ⑥ こまめに手洗い・うがい・手指の消毒等を行う。高温・多湿時は十分な水分補給と必要な塩分補給を行い、マスク着用のまま強い負荷のかかる作業は避ける等、熱中症に配慮する。休憩の際は各人が一定の距離を取り、私語を慎む。
- ⑦ 高温・多湿時は十分な水分補給と必要な塩分補給を行い、マスク着用のまま強い負荷のかかる作業は避ける等、熱中症に配慮する。
- ⑧ ドアノブ、各種スイッチ、階段の手すり、エレベーターのボタンなど、手で触れる共用設備や箇所について、定期的かつこまめに消毒を行う。
- ⑨ 顧客が生活しながらの工事の場合、トイレは極力使用しない。やむを得ず使用する場合、あらかじめ顧客の承諾を得たうえで使用し、使用後は便座や便ふた、手すり、ドアノブ、レバー等、使用者が接触した箇所について消毒する。
- ⑩ 休憩等で車内に滞在する場合、いわゆる「3つの密」を避け、マスク等を着用し私語を慎むなど感染防止に留意する。
- ⑪ 毎日の作業終了時に工事部位等を清掃する場合、併せて必要箇所を消毒することが好ましい。
- ⑫ 作業時間を遵守し、作業終了後は速やかに帰社・帰宅する。

(次ページにつづく)

4 万一感染した場合の対応

- ① 発熱や風邪症状の体調不良を認める従業員には、「かかりつけ医・最寄りの医療機関」もしくは「自治体が設置する新型コロナウイルス受診相談窓口等」に相談し、新型コロナウイルスの検査を受けるよう勧める。
- ② 従業員・作業員の感染が確認された場合、事業者は感染した旨を速やかに顧客に報告する等、所要の連絡体制の構築を図るとともに、保健所や医療機関等の指導に従い、適切な措置を講じる。感染者の行動範囲を踏まえ、保健所等の指示に従い感染者の勤務場所の消毒を行うとともに、必要に応じて、同勤務場所の勤務者に自宅待機をさせる等の対応を検討する。なお、各自治体の方針を事前に確認しておくといふ。
- ③ 感染者が工事等で顧客宅に立ち入っていた場合、保健所等の指示に従い、顧客宅の必要箇所について消毒する。
- ④ 感染者が確認された場合の公表の有無・方法については、個人情報保護に十分配慮しながら対応する。
- ⑤ 複数社が混在する建物内で、同居する他社の社員に感染や感染の疑いが発生した場合は、保健所、医療機関およびビル貸主の指示に従う。
- ⑥ 新型コロナウイルス感染症から回復した従業員・作業員が職場復帰する場合には、就業制限の解除に関する取扱いに留意する。
*「感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律第18条に規定する就業制限の解除に関する取扱いについて」においては、就業制限解除時のPCR検査は必須ではないことや、解除された後に職場等で勤務を開始するに当たり職場等に証明を提出する必要はないこととされている。
- ⑦ 従業員等が感染したことをもって、解雇やその他の不利益な取扱いを行わない。

感染症対策に関しては、住宅リフォーム推進協議会のホームページに掲載されています。

住宅リフォーム推進協議会ホームページ

<https://www.j-reform.com/pdf/guideline.pdf#page=1>



(参考)本ガイドライン策定に当たっての主要参照ガイドライン／マニュアル類

- ・国土交通省 「建設業における新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン」
 - ・厚生労働省・経済産業省・消費者庁 「新型コロナウイルスの消毒・除菌方法について」
 - ・一般社団法人 住宅生産団体連合会 「住宅業界における感染予防ガイドライン」
 - ・一般社団法人 日本経済団体連合会 「オフィスにおける新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン」
 - ・一般社団法人 日本住宅リフォーム産業協会 「新型コロナウイルス感染防止指針」
 - ・一般社団法人 全国建設業協会 「地域建設業における建設現場の新型コロナウイルス感染症対策の実践」
 - ・全国建設労働組合総連合 「町場の新型コロナウイルス 感染予防・感染対応マニュアル」
 - ・一般社団法人 マンション計画修繕施工協会 「マンション計画修繕工事における新型コロナウイルス対策ガイドライン」
 - ・一般社団法人 マンション管理業協会 「マンション管理業における新型コロナウイルス等感染症対応ガイドライン」
 - ・一般社団法人 日本渡航医学会/公益社団法人 日本産業衛生学会 「職域のための新型コロナウイルス感染症対策ガイド」
- (順不同)

お役立ち情報

住宅リフォーム事業者団体登録制度

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を整えるために、平成26年9月に国土交通省によって創設された制度です。



左に掲載しているマークは、この制度で登録された優良な団体とその団体に所属するリフォーム事業者だけが使用できるマークです。登録された住宅リフォーム事業者団体に所属していれば、このマークを使用することができるなどのメリットがあります。リフォームを検討する消費者にとっては、このマークが、リフォーム事業者を選定する一つの目安となることが期待されます。

安心の理由

- ①登録団体が会員事業者の情報を開示するとともに、教育研修を行って人材育成を進めています。
- ②登録団体は、相談窓口を設けて、会員事業者の行ったリフォーム等に関する消費者からの相談に対応し、会員事業者に対して必要な指導等を行います。
- ③登録団体会員事業者は、契約時に必要な書面を交付し、一定額以上の工事では瑕疵保険(※)に加入します。(※注文者があらかじめ書面で不要の意思表示をしている場合を除く)
- ④国土交通省は、登録団体の情報を公表するとともに、登録団体に上記の取組み状況を報告させ、適切に実施されているか確認します。

登録団体(令和3年2月現在)

- 一般社団法人 マンション計画修繕施工協会(MKS)
<https://www.mks-as.net>
- 一般社団法人 日本住宅リフォーム産業協会(JERCO)
<https://www.jerco.or.jp>
- 日本木造住宅耐震補強事業者協同組合(木耐協)
<https://www.mokutaikyo.com>
- 一般社団法人 リノベーション協議会
<https://www.renovation.or.jp>
- 一般社団法人 ベターライフリフォーム協会(BLR)
<https://www.blr.or.jp>
- 一般社団法人 日本塗装工業会(日塗装)
<https://www.nittoso.or.jp>
- 一般社団法人 リフォームパートナー協議会(RECACO)
<https://www.recaco.net>
- 一般社団法人 全建総連リフォーム協会
<http://www.zenrikyo.or.jp/>
- 一般社団法人 住生活リフォーム推進協会
<https://horp.jp>
- 一般社団法人 JBN・全国工務店協会
<https://www.jbn-support.jp>
- 一般社団法人 住宅リフォーム推進サポート協議会(住推協)
<http://jusuikyoku.or.jp/>
- 一般社団法人 住活協リフォーム
<https://jkk-r.or.jp>
- 一般社団法人 全国古民家再生協会
<http://www.g-cpc.org/>
- 一般社団法人 木造住宅塗装リフォーム協会(木塗協)
<https://www.mokutokyo.jp>
- 一般社団法人 ステキ信頼リフォーム推進協会
<https://www.anr.or.jp>
- 一般社団法人 日装連リフォーム推進協議会(日リ協)
<https://nichirikyo.com>

リフォーム事業者検索サイト

消費者がリフォーム事業者を選択する際に、安心して利用できるWebサービスがあります。

■リフォーム評価ナビ

〈運営主体〉一般財団法人 住まいづくりナビセンター
〈ホームページ〉<https://www.refonavi.or.jp>



地域に密着した全国約900社以上の事業者の中から口コミや施工事例を参考に自由に検索でき、住宅リフォーム事業者団体への加盟状況も確認できます。

特徴

- ①原則リフォーム瑕疵保険に加入することなどが要件になっているので安心
- ②地域別や工事種別に事業者を検索可能
- ③リフォーム体験者による事業者の評価等が掲載
- ④工事の見積の依頼が可能など

リフォーム関連法規

■建設業法

- 建設工事の請負契約の適正化、建設工事の適正な施工の確保等を図るため許可制度を設けており、軽微な建設工事のみを請負う場合以外は建設業の許可を受けなければなりません。
- 軽微な工事の範囲は建築一式工事では請負代金が1500万円未満の工事または、延べ面積が150m²未満の木造住宅工事、建築一式工事以外の建設工事では500万円未満の工事とされています。

■建築基準法

建築物の敷地、構造、設備及び用途に関する最低の基準を定めた法律です。一定規模以上の増改築等を行う場合の建築確認の手続も規定されています。

■廃棄物処理法

(廃棄物の処理及び清掃に関する法律)

一般廃棄物と産業廃棄物に関する処理等を定めています。リフォーム工事にともなう廃棄物は産業廃棄物ですから、法の規定に基づいて処理することになります。

■建設リサイクル法(建築工事に係る資材の再資源化等に係る法律)

一定基準を超えた解体工事や新築・増改築工事において、分別や再資源化(リサイクル)を義務付けた法律です。リフォーム工事の場合、規模が1億円以上の工事が対象です。

■民法

請負契約や相隣関係に関する基本的なルールを定めており、請負人の仕事完成払いや瑕疵担保責任、工事中の事故により生ずる損害などは基本的に民法の規定によります。

■宅地建物取引法改正

宅地・建物の取引の公正を確保し、消費者を保護するための法律で、平成28年6月の改正により、既存住宅売買の際、宅建業者が消費者へインスペクションの活用を促す規定が定められました(施行は平成30年4月1日より)。これにより、消費者が安心して既存住宅の取引を行うことができる環境の整備と、売主にとっても引き渡し後のトラブルを低減する効果が期待できます。また、同法の改正が2022年5月18日に施行されました。不動産取引に必要な重要事項説明書や宅地建物取引事業者が交付する書類への押印が不要となり、電磁的方法による交付も可能になりました。

■消費者契約法

消費者と事業者の間には情報や交渉力の差があることから、トラブルが生じやすいと言われており、契約の締結場面で不当な方法による勧誘があるときには消費者に契約の取消権を認めています。民法の詐欺や強迫による取消よりも利用しやすくなっています。

■特定商取引法

訪問販売などのように不意打ち性の高い取引形態では、消費者は事前に熟慮する機会を与えられず、トラブルが特に発生しやすくなります。こうした特定の取引形態について消費者に対して考える機会を保障し、一定期間内であれば一方的に申込の撤回や契約の解除ができるクーリング・オフ制度などを規定しています。リフォーム事業者も、お客様のお宅に訪問して工事契約を行うと訪問販売に当たり、クーリング・オフの対象となります。お客様は、契約書面を交付した日から8日以内であれば、文書(今回改正)をもって、契約を解除することができます。また、特定商取引法では、請負契約約款の中で、クーリング・オフの説明書きを赤字に中に赤字の8ポイント以上の文字で記載しなければならないこととなっています。

クーリング・オフの主な改正内容

クーリング・オフの改正で、リフォーム業界に関連するのは、3つです。

①クーリング・オフの通知

消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法(電子メールの送付等)で行うことが可能になりました。また、ファクシミリを用いたクーリング・オフも可能になりました。常に電子メール、ファクシミリ等の送信物の中に、クーリング・オフの通知がないかを確認する必要があります。

②行政処分の強化

立ち入り検査権限が拡充され、業務停止命令・業務禁止命令の対象となる法人の役員等の範囲が拡大されました。

③事業者が交付すべき書面の電子化(施行日未定)

消費者の事前の承諾を条件として、事業者が交付すべき契約書面等について、電子メール等の電磁的方法による交付が可能となりました。

個人情報保護法

リフォーム事業を行う中で、様々な個人情報を入手します。入手した個人情報は、個人情報保護法に則って管理・保護する必要があります。2005年4月に施行された個人情報保護法は、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日から施行されました。

個人情報保護法の主な改正内容

主な改正内容は、以下の通りです。

①個人の権利保護強化

改正前は、6か月以内に消去する個人情報は、保有個人データに含みませんでしたが、改正後は保有する期間を問わず、保有個人データとして保護しなければなりません。

②事業者の責務強化

万一、保有個人データが漏えいなどした場合の報告・通知（本人を含む）の義務が追加されました。

③ペナルティの強化

個人が措置命令に違反した場合は、1年以下の懲役もしくは100万円以下の罰金に強化されました。また、報告義務違反に関しても、30万円から50万円以下の罰金に強化されています。法人が違反した場合は、措置命令違反や個人情報データベースなどからの不正流用で1億円以下の罰金、報告義務違反については50万円以下の罰金に強化されました。

税制・補助・融資

■税制

住宅の一定の耐震改修やバリアフリー改修、省エネ改修など（同居、長期含）を行った場合に、所得税額控除や固定資産税を減額する優遇措置が設けられています。

※リフォーム減税制度の概要や手続きの流れ及び証明書の書き方などについてまとめた「住宅リフォームの税制の手引き（本編・証明書記載例、告示編、通達編）」も活用ください。

住宅リフォームの税制の手引き
（本編・証明書記載例、告示編、通達編）
<https://www.j-reform.com/zeisei/>



リフォームに関する主な優遇制度

■補助制度、融資制度

都道府県・市区町村等で耐震改修やバリアフリー改修、省エネ改修などのリフォームに対し補助、融資を行う制度を用意しているところがありますので、都道府県・市区町村等にお問合せください。

地方公共団体における住宅リフォームに係わる支援制度検索

地方公共団体が実施する補助制度を、都道府県・市区町村ごと、または制度内容で検索できます。一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会のホームページで確認できます。

地方公共団体における住宅リフォームに係わる
支援制度検索サイト
<http://www.j-reform.com/reform-support/>



一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会の発行物

リフォーム工事を行う際には、さまざまな共通の留意点があります。

当協議会では、リフォーム事業者や消費者がリフォーム工事を行う際に、参考となるような情報を冊子にまとめ、発行しております。ここではそれらの発行物の中から一部をご紹介します。

知っておきたいリフォームの関連法令の手引き

法令を遵守してリフォームを行うことが必要です。法令遵守の基本は、まず「法令を知る」ことです。本書は、なじみにくい法令の内容についてイラストを交えて分かりやすい構成としており、法令的に見落としがちな点や間違いやすい事例等を解説。



知っておきたいリフォームの関連法令の手引き

<https://www.j-reform.com/publish/pdf/re-tebiki30.pdf>

標準契約書式集

当協議会では住宅リフォーム工事用の標準的な契約関係書式を作成しています。原本の購入またはホームページからの書式ダウンロードができます。



標準契約書式集

<https://www.j-reform.com/publish/shosiki.html>

住宅リフォームガイドブック

支援制度の他、リフォームの減税制度、リフォームの種類やリフォームのすすめ方を消費者に分かりやすく解説しています。



住宅リフォームガイドブック

https://www.j-reform.com/publish/book_guidebook.html

わが家のリフォーム・クリニック

大切なわが家に永く快適に住むためには、住まい手がわが家の状態をよく知り、適切な対策をとることが必要です。本書は、戸建住宅にお住まいの方に是非知っておいてほしい住宅やリフォームに関する基本知識を解説したものです。



我が家のリフォーム・クリニック

https://www.j-reform.com/publish/pdf/reform_clinic.pdf

他の発行物は当協議会のホームページに掲載しています。
<https://www.j-reform.com/publish/>



主なQRコード一覧 ※誤って読み取らないようにQRコードを離しておりますが、ご留意のうえ読み取りをお願いします。

住宅リフォーム推進協議会
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



法務省
民法の一部を改正する法律(債権法改正)について
https://www.moj.go.jp/MINJI/minji06_001070000.html



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



公益財団法人
住宅リフォーム・紛争処理支援センター
<https://www.chord.or.jp>



厚生労働省
国民の皆さまへ(新型コロナウイルス感染症)
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_00094.html



厚生労働省
テレワークにおける適切な労務管理のためのガイドライン
<https://www.mhlw.go.jp/content/11911500/000683359.pdf>



住宅リフォーム推進協議会
住宅リフォーム業界における感染予防ガイドライン
<https://www.j-reform.com/pdf/guideline.pdf#page=1>



一般財団法人
住まいづくりナビセンター リフォーム評価ナビ
<https://www.refonavi.or.jp>



住宅リフォーム推進協議会
住宅リフォームの税制の手引き(本編・証明書記載例、告示編、通達編)
<https://www.j-reform.com/zeisei/>



住宅リフォーム推進協議会
地方公共団体における住宅リフォームに係わる支援制度検索サイト
<http://www.j-reform.com/reform-support/>



もう一度、見直したいリフォーム事業のABC

平成19年11月初版発行
令和4年9月第7版発行

発行/一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会
TEL.03-3556-5430

もう一度、見直したい
リフォーム事業の **ABC**



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
☎03-3556-5430 FAX.03-3261-7730
<https://www.j-reform.com>