

令和7年度

住宅の長寿命化リフォームを含めた様々なリフォームの推進にむけて
事業者等が取組むべき具体的な内容や実際の取組み事例の収集・分析業務

－ リフォームの推進にむけて事業者等が取組むべき
具体的な内容や実際の取組み事例 －

報告書

令和8年2月



一般社団法人

住宅リフォーム推進協議会

令和7年度

住宅の長寿命化リフォームを含めた様々なリフォームの推進にむけて
事業者等が取り組むべき具体的な内容や実際の取組み事例の収集・分析業務

－ リフォームの推進にむけて事業者等が取り組むべき
具体的な内容や実際の取組み事例 －

報告書

目次

第1章 調査の概要	…	1
(1) 調査の目的	…	1
(2) 調査の方針	…	1
(3) 調査の内容	…	3
①調査方法	…	3
②調査項目	…	6
③調査対象事業者	…	9
(4) 報告書の構成	…	10
(5) 調査の結果	…	10
①「住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル」に関すること	…	10
②「カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例」に関すること	…	11
(6) 本年度の到達点と今後の検討課題	…	11
(7) 令和7年度 技術情報委員会名簿	…	12

第2章 住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル	…	13
(1) 調査の内容	…	13
(2) 調査で得られた成果	…	14
【事業方針の明確化】取組み① 自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化	…	16
【信用・信頼の見える化】取組み② 信用・信頼の根拠の見える化	…	20
【信用・信頼の見える化】取組み③ 技術やノウハウの蓄積と見える化	…	24
【提案の見える化】取組み④ ベネフィット（効用）の見える化	…	28
【提案の見える化】取組み⑤ 工事内容やプロセスの見える化	…	33
【継続的な関係構築】取組み⑥ 顧客や地域との永続的な信頼関係の構築	…	35
第3章 カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例	…	37
(1) 調査の内容	…	37
(2) 調査で得られた事項	…	40
①生活空間のリフォーム事例	…	42
②住宅全体のリフォーム事例	…	48
③耐震診断・耐震リフォーム事例	…	50
第4章 本年度調査の到達点と今後の検討課題	…	54
(1) 本年度の調査の到達点	…	54
(2) 今後の検討課題	…	55

第1章 調査の概要

(1) 調査の目的

一般社団法人住宅リフォーム推進協議会（以下、「リ推協」という）に設置している技術情報委員会（以下、「当委員会」という）では、これまで、住宅の長寿命化・生活の質の向上に繋がるリフォーム（主に、劣化対策、耐震性、省エネ性、維持管理・更新の容易性の向上等）に取り組む事業者のビジネスモデル等に関する情報を収集し、《6つの取組み》としてとりまとめ、普及促進を図ってきた。

近年では、住宅の長寿命化・生活の質の向上に資するリフォームの先進的な実践事例をはじめ、カーボンニュートラルの実現、SDGsへの対応など、住宅産業分野における課題に対応したリフォーム推進のために有益な事例を収集・整理している。

昨年度調査においては、過年度調査を更に深化させることを目的として、過年度調査で得られた内容を補完、深掘りするため、「住宅の長寿命化に資する先進的なリフォーム事例・ビジネスモデル」及び「カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例・ビジネスモデル」を主なテーマに設定した。近年の社会的要請・顧客ニーズに対応した事業の継続・拡大につながるビジネスモデルを抽出し、事業者が目指す姿（事業スタンスの確立・見える化につながるビジネスモデル）の整理を試みた。

本年度調査においても、昨年度調査の内容をさらに深化させるため、継続的に調査を行うこととし、特に温熱環境改善や断熱リフォームに取り組む事業者を対象にし、「住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル」について情報収集し、リフォームの推進に向けた事業者等による取組みのフレーム《6つの取組み》に反映することとした。併せて、断熱化を中心とした省エネリフォーム提案へのプロセスを含む事例の収集をした。

なお、本調査で得られた結果は、《6つの取組み》及び「省エネリフォームの取組み方」として整理し、次年度にはリフォーム事業全般の取組方法や参考事例を分かりやすく解説するテキストに反映する予定である。リ推協が実施する事業者向けセミナーや会員における取組みに活用されることを想定している。

(2) 調査の方針

過年度調査では、リフォーム事業者の事業内容やビジネスモデルに焦点を当て、「リフォームの推進に向けた事業者等による取組みのフレーム《6つの取組み》」をとりまとめた。これらの成果は、リ推協が開催するセミナー等を通じて広く周知されてきた。今後は、この《6つの取組み》をさらに深化させるため、新たな事例や情報の収集・整理を行うことが必要と考えられる。

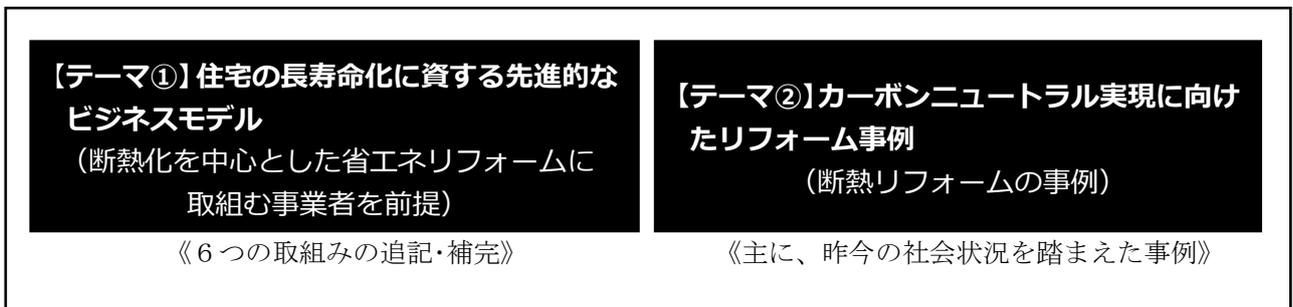
一方、近年では、地球規模の環境問題への対応が求められており、省CO₂やSDGsの達成に向けた取組みが進められている。特に、2020年10月に我が国政府が、2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「カーボンニュートラル」を目指すことを宣言したことを受け、住宅産業分野では、2050年にストック平均でZEH・ZEBレベルの省エネ性能の確保を目指す方針が掲げられた。その実現に向け、各種補助金制度の創設やリフォーム促進税制等の施策

が展開されており、リフォーム事業者においてもカーボンニュートラルの実現に資する提案を行うことが重要な契機となると考えられる。

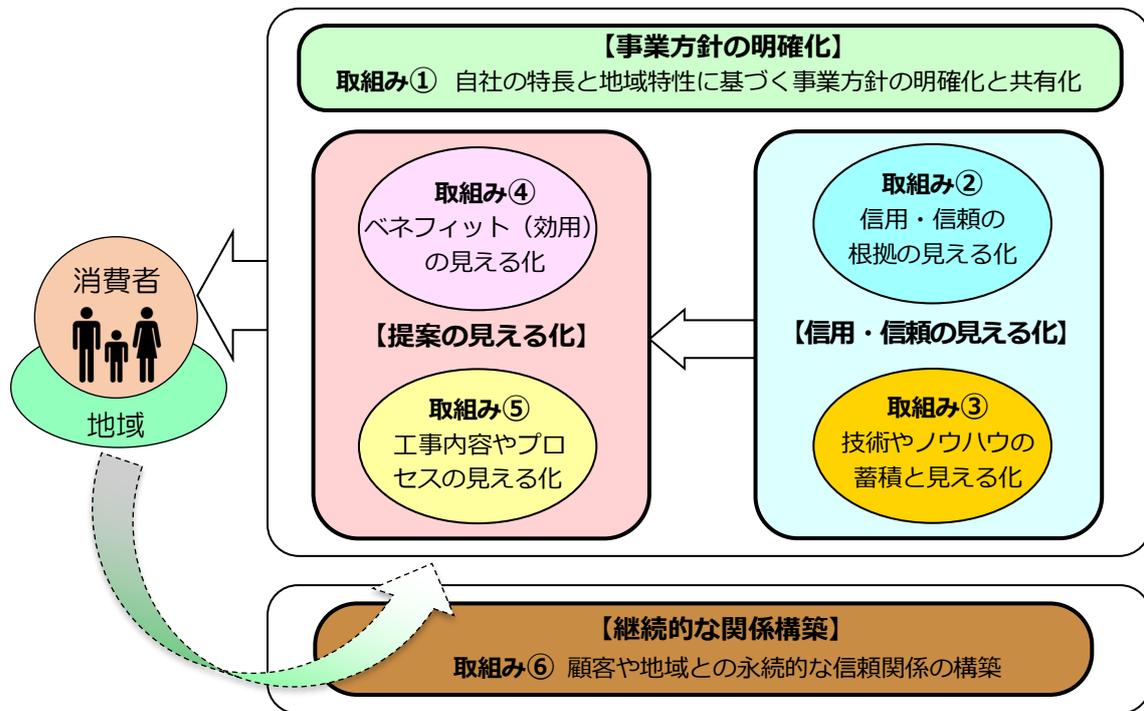
以上を踏まえ、本年度は過年度調査で得られた成果を深化させるとともに、地球環境問題、省CO₂、SDGsへの対応など近年の住宅産業分野における課題に対応したリフォーム促進のために有益な情報を収集するため、特に断熱化を中心とした省エネルギーリフォームに取り組む事業者を調査対象にして、2つのテーマを設定し、調査を実施した。

今後のリフォーム促進に向けては、カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを含め、各事業者がどのような姿勢で事業を展開しているかを明らかにした。また、社会状況の変化に対応し、変化する消費者ニーズに応えるために、どのようにリフォーム提案を行い、どのような工夫を重ねているのかといった具体的な情報を収集・整理した。これにより、事業者の今後の事業展開に資する知見を得ることを目的として、調査を進めた。

本年度調査で設定したテーマは次のとおりである。



■ 「リフォームの推進に向けた事業者等による取り組みのフレーム《6つの取り組み》」



【テーマ①】住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル

…過年度の調査では、先進的な事業を行うリフォーム事業者の取組みを「リフォームの推進に向けた事業者等による取組みのフレーム《6つの取組み》」に整理し、まとめてきた。

⇒本年度調査においては、特に断熱化を中心とした省エネリフォームに取り組む事業者へのヒアリングを通じて、特に省エネリフォームをベースに事業を推進することを、《6つの取組み》に整理することを目的として調査を実施する。

【テーマ②】カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例

…テーマ①の内容のうち、既存住宅の省エネリフォーム（断熱改修、高効率な熱源装置や設備機器の導入等）に関して、その工事内容だけでなく、顧客のどのようなニーズに応じて、具体的にどのように性能向上を提案・実現したか（提案プロセスの体系化）について情報収集及び整理を行う。

（3）調査の内容

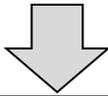
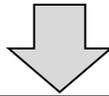
①調査方法

前節で設定した2つのテーマについて、次の方法により調査対象事業者を選定し、調査を実施した。

断熱化を中心とした省エネリフォームを実施している事業者にフォーカスし、多くの事業者の参考となるよう、中小規模の事業者や地域特性ごとに違いを考慮した多様な地域の事業者を対象とした。選定にあたっては、省エネリフォームに取り組む事業者を前提に、当委員会委員からの紹介やホームページで断熱リフォームを掲げている事業者、各種コンクール入賞事業者の中から事業者を抽出した。調査は、具体的かつ詳細な情報が得られる対面式によるヒアリング調査を基本として実施した。

調査を実施するにあたっては、特に省エネリフォームの取組みに注力し、2つの調査テーマとの関係を次ページの表「**■本年度調査テーマと調査の視点**」のように整理して調査を進めた。本年度の調査の成果は、良質な住宅ストック形成、既存住宅流通・リフォームの市場の拡大に向けて、リ推協の事業者向けセミナーで実務に役立つ内容として紹介できるようとりまとめることを目指した。

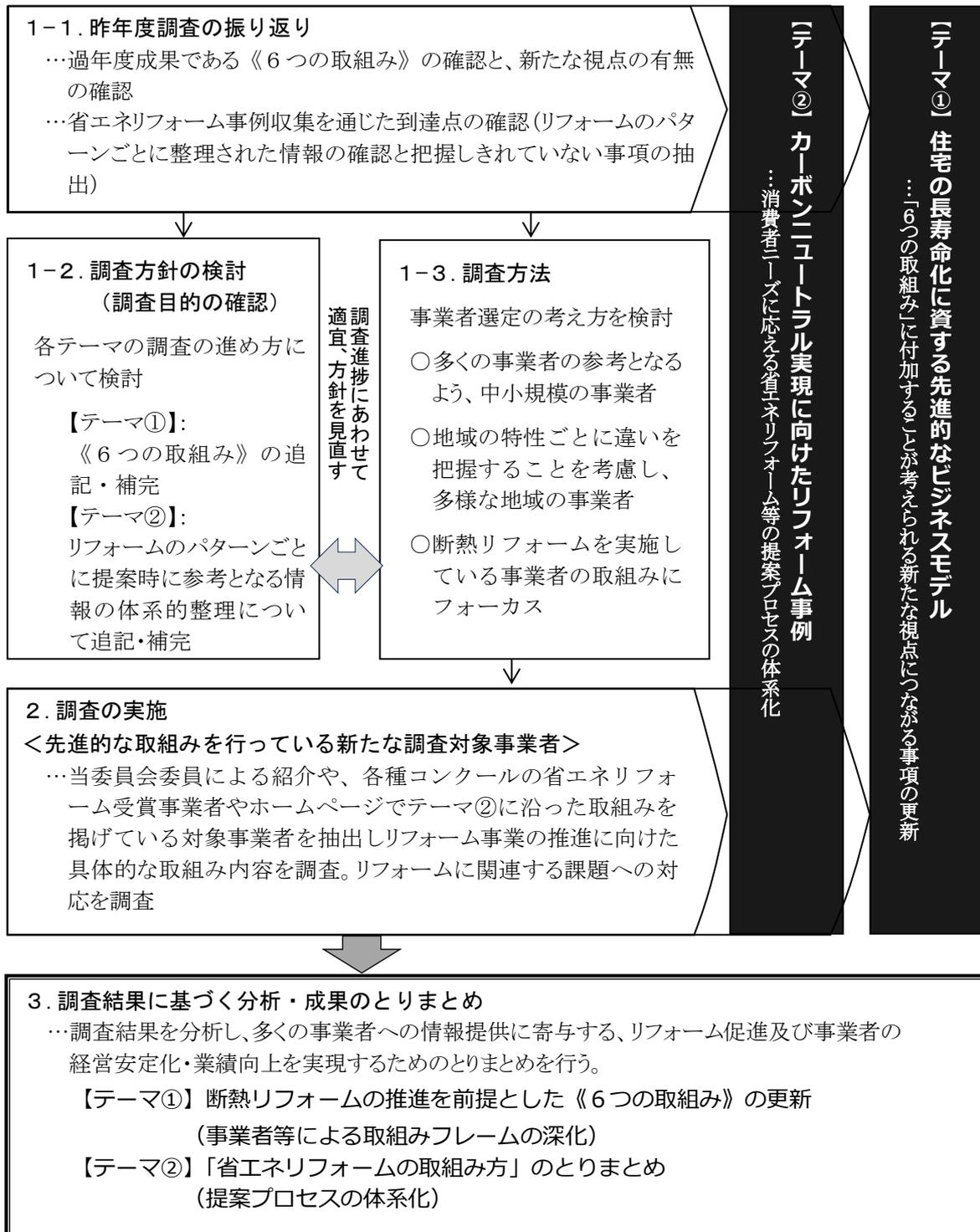
■本年度調査テーマと調査の視点

	【テーマ①】 住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル	【テーマ②】 カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例
事業の発展に向けた新たな取組み	<ul style="list-style-type: none"> 断熱化を中心とした省エネルギーフォームを推進している事業者であることを前提に、「6つの取組み」に依拠する項目 断熱リフォームに取り組む方針や理念の設定 等 	<ul style="list-style-type: none"> 断熱リフォームに関する知識やノウハウの蓄積状況 社内や協力事業者との共有方法 等
環境変化への対応（社会課題、市場動向、消費者志向、関係法令 等）	<ul style="list-style-type: none"> 消費者志向を把握した情報の提供 関係法令の改正への対応状況や情報が不足している事項 等 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客や消費者の住宅の省エネ・断熱改修への関心の変化の有無 補助金等の活用状況 等
その他の調査事項	<ul style="list-style-type: none"> 近年の社会状況の変化に対応したリフォーム工事の内容やあり方 子育て世帯への対応を含む将来の世帯の変化等に配慮したリフォームのあり方 マンション住戸リフォームの考え方 等 	<ul style="list-style-type: none"> 具体的なリフォーム事例の情報 原則として過年度調査における「事例シート」に準拠 〔主な情報項目〕 <ul style="list-style-type: none"> 施主のニーズ、相談のきっかけ 省エネルギーフォーム・断熱改修の提案方法、提案した内容 等
調査対象とする事業者・事例の選定の考え方	<ul style="list-style-type: none"> 多くの事業者の参考となるよう、中小規模の事業者（年商10億円未満）を中心に、断熱リフォームに取り組む事業者を選定。さらに断熱リフォームに取り組みだした大規模の事業者も選定 地域特性ごとの違いを把握することを考慮し、多様な地域・立地の事業者を選定 	<ul style="list-style-type: none"> 今後リフォームのターゲットとなっていく新耐震以降に建設された住宅における省エネルギーフォーム工事を中心に選定 工事内容とともに、リフォームのニーズやきっかけが多様となることに留意して設定
		
アウトプットのイメージ	<ul style="list-style-type: none"> 「6つの取組み」に追記・補完する考え方や断熱リフォームに取り組む事業者の先進的な取組みを抽出 	<ul style="list-style-type: none"> 「省エネルギーフォームの取組み方」として、消費者のニーズ別にとりまとめ

2つのテーマの調査対象事業者候補の抽出にあたっては、当委員会委員からの紹介やインターネット検索等により、それぞれの業態（リフォーム専門店、専門工事業者、工務店）ごとに、本年度の調査に資する事業者を選定した。

以上を踏まえた、本年度の調査実施フローを示す。

■ 本年度の調査実施フロー



②調査項目

調査テーマである「【テーマ①】住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル」と「【テーマ②】カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例」に関する情報を収集・整理するため、次に挙げる内容・項目を把握するための調査を行った。

具体的には、【テーマ①】に関しては、断熱リフォームに取り組む事業者にフォーカスした《6つの取組み》のとりまとめを行い、【テーマ②】では、断熱リフォーム事例の情報収集を行った。

特に本年度は、《6つの取組み》の事業方針や、顧客のターゲット、目指す性能、情報発信の方法を重点的に調査を行った。

テーマ別の調査項目は次のとおりである。

【テーマ①】 住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル

- ・《6つの取組み》に関する断熱リフォームを推進する事業者としての取組みや事業方針のほか、昨年度調査からの継続調査項目として社会情勢の変化への対応状況等についてヒアリング調査を行う。
- ・過年度調査において収集・整理した内容を補完することを目的として、主な調査項目を次のとおり設定する。

■ 【テーマ①】の主な調査項目

調査内容	主な調査項目
1) 《6つの取組み》に関すること	<ul style="list-style-type: none">・断熱リフォームを推進するための事業方針（地域特性に応じた設定意図、他業者との連携状況など）・事業展開する地域の特性（気候風土、生活様式等）、事業を行う圏域の特性（範囲や当該圏域において多く見られる物件特性（建て方・所有形態等）等）・事業方針の社内での共有化の方法・共有化による効果・断熱リフォームへ取り組む経緯・断熱リフォームの訴求・集客・提案方法・断熱リフォームによるベネフィット（効用）の見える化・建物調査や計画・設計に関する技術等の蓄積方法 など
2) 近年の営業環境	<ul style="list-style-type: none">・昨今の社会状況の変化による課題の認識および取組みについて・近年の営業環境の変化（消費者意識の変化、断熱リフォームに関する消費者への説明方法等）、法改正等への対応状況 など
3) 事業者の基本情報	<ul style="list-style-type: none">・事業者の基本諸元（スタッフ数、売上の傾向、BtoB/BtoCの内訳、新築/リフォーム等工事の内訳、新規/OB顧客の内訳、直近のリフォーム工事件数・平均工事費等）・主な工事の対応範囲・部位 など

【テーマ②】 カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例

- ・カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例について、消費者のニーズから断熱リフォームの姿勢や考え方等について調査を行う。

・主な調査項目は、■【テーマ②】の主な調査項目のとおりである。

■【テーマ②】の主な調査項目

調査内容	主な調査項目
1) リフォームのニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ・リフォーム相談のきっかけ、内容（相談時における断熱性向上に対するニーズの有無） ・リフォーム相談に来た経緯（事業者選びの経緯を含む） など
2) リフォーム工事の提案内容 (工事を行う上での課題と対処方法)	<ul style="list-style-type: none"> ・相談内容に対応したリフォーム提案の経緯、内容 <ul style="list-style-type: none"> →リフォーム提案の内容 →施主の意識変化（リフォーム提案による意識の移り変わり） →提案に用いているツール ・小規模リフォームに関する相談を発端とした断熱向上リフォーム実施へのプロセス（段階的リフォームの提案方法を含む） ・工事を実施する上での課題と対処法 など
3) 工事内容	<ul style="list-style-type: none"> ・部分断熱改修等の実施内容 <ul style="list-style-type: none"> →断熱区画の設定・計画の考え方・留意点 <ul style="list-style-type: none"> …主寝室や居間などの主たる生活空間と、台所、浴室、洗面・脱衣室等の水回り空間を合わせて断熱区画とする 等 →断熱の区画を施工する上での留意点・技術蓄積の方法 等 →リフォーム前後における仕様の変化 →複数目的の工事の効率的な実施技術（断熱改修に合わせて換気性や防犯性の高い窓や玄関扉に交換する／長期優良住宅化に合わせて、防災に配慮した基礎や外構等に改修する 等） (併せて行っている場合) ・住宅の長寿命化（主に、劣化対策、耐震性、維持管理・更新の容易性の向上）に資する対策・工事の内容 ・採用技術・工法、目指した性能レベル など
4) 事例の基本情報	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅の基本諸元（構造、床面積等） ・家族の基本諸元（家族構成、相続の有無等） など
5) 補助金等の活用実態	<ul style="list-style-type: none"> ・補助金等の活用状況 ・補助金等の活用にあたっての課題と対処法 など
6) 事例の評価	<ul style="list-style-type: none"> ・リフォーム工事の評価（施主の満足度を含む） ・リフォーム工事完了後のアフターフォローの内容 ・リフォーム工事を実施したことによる顧客・事業展開の変化 など
7) カーボンニュートラルに対する方針等	<ul style="list-style-type: none"> ・カーボンニュートラル実現に向けた事業方針 ・高断熱窓への交換、外壁・天井の断熱改修、高効率の住設機器の導入等、省エネ・省CO₂に向けた提案や工事の実施の状況 など

・1)～6)については、過去の調査で蓄積された事例情報も踏まえ、事例シートにとりまとめることとし、とりまとめに必要な事例の種別（住宅の立地する地域、住宅の種類、工事の範囲・区画の設定方法、断熱改修の工法等）を整理・抽出し、それに対応した事例情報の収集を行うこととする。

■事例シート

1. 物件の概要（築年、構造・工法、劣化等の状況等）
2. 施主の属性（世帯属性、施主と事業者との関係（OB顧客・新規顧客）等）
3. リフォームのきっかけ・経緯
4. 検討プロセス・提案内容
5. リフォーム・改修工事の概要（施工面積、工事費、性能向上項目、図面、写真等）
6. 断熱性・気密性向上に向けた施工内容（浴室・洗面所・脱衣室、トイレ・居室等の床・壁・天井・開口部等）の性能向上の方法・仕様）
7. 施主の評価（リフォーム後の快適性に対する評価等） など

<p>6. 断熱性・気密性向上に向けた施工内容</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>浴室</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> <tr> <td>洗面所・脱衣室</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> <tr> <td>トイレ</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> <tr> <td>居室・寝室</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> <tr> <td>LDK</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> <tr> <td>その他（作業室等）</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> <tr> <td>廊下・エントランスホール</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> <tr> <td>階段</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> <tr> <td>玄関</td> <td>床 壁 天井 開口部・建具等</td> </tr> </table> <p>外壁・屋根など、その他、断熱性・気密性向上に向けた工を行ったこと</p> <p>7. 施主の評価</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>リフォーム後の快適性に対する評価</td> <td></td> </tr> <tr> <td>リフォーム後の施主等との関係</td> <td></td> </tr> </table> <p>8. その他特記事項</p> <p style="font-size: small;">※特記の項目は必ず記入してください</p>	浴室	床 壁 天井 開口部・建具等	洗面所・脱衣室	床 壁 天井 開口部・建具等	トイレ	床 壁 天井 開口部・建具等	居室・寝室	床 壁 天井 開口部・建具等	LDK	床 壁 天井 開口部・建具等	その他（作業室等）	床 壁 天井 開口部・建具等	廊下・エントランスホール	床 壁 天井 開口部・建具等	階段	床 壁 天井 開口部・建具等	玄関	床 壁 天井 開口部・建具等	リフォーム後の快適性に対する評価		リフォーム後の施主等との関係		<p>(写真)</p> <p>①施工前</p> <p>②施工中</p> <p>③施工後</p>	<p>5. リフォーム・改修工事の概要</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>施工面積</td> <td>㎡</td> </tr> <tr> <td>施工期間</td> <td>年</td> </tr> <tr> <td>工事費</td> <td>万円</td> </tr> <tr> <td>性能向上項目</td> <td> <input type="checkbox"/>断熱性指 <small>（断熱材の追加）</small> <input type="checkbox"/>気密性指 <small>（断材の充填）</small> <input type="checkbox"/>防湿/透湿性能 </td> </tr> <tr> <td>その他工事内容</td> <td> ※間取り変更や床張 等 </td> </tr> <tr> <td>利用した補助制度</td> <td></td> </tr> </table> <p>(図面)</p> <p>①施工前</p> <p>②施工後</p>	施工面積	㎡	施工期間	年	工事費	万円	性能向上項目	<input type="checkbox"/> 断熱性指 <small>（断熱材の追加）</small> <input type="checkbox"/> 気密性指 <small>（断材の充填）</small> <input type="checkbox"/> 防湿/透湿性能	その他工事内容	※間取り変更や床張 等	利用した補助制度		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">事業者名</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">事例番号</td> <td style="text-align: center;">事業者所在地</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">事例を表現するキャッチフレーズ</td> </tr> </table> <p>1. 物件の概要</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>築年</td> <td>年(築年)</td> <td>所在地</td> <td>京</td> <td>市区町村</td> </tr> <tr> <td>構造・工法</td> <td>造</td> <td>階数</td> <td colspan="2">階建て</td> </tr> <tr> <td>建て方</td> <td>戸建・共同</td> <td>延べ面積</td> <td colspan="2">㎡</td> </tr> <tr> <td>劣化等の状況</td> <td colspan="4">※事例掲載エリアのシフト等詳細</td> </tr> </table> <p>2. 施主の属性</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>世帯人数</td> <td>人</td> </tr> <tr> <td>世帯構成</td> <td></td> </tr> <tr> <td>世帯主年齢</td> <td>代</td> </tr> <tr> <td>施主と世帯主の関係</td> <td></td> </tr> <tr> <td>施主と事業者との関係</td> <td> <input type="checkbox"/> OB顧客 <input type="checkbox"/> OB顧客の親族・知人等 <input type="checkbox"/> 新規顧客 具体的に： </td> </tr> </table> <p>3. リフォームのきっかけ・経緯</p> <p>リフォームのきっかけ・動機</p> <p>相談・依頼に当たったきっかけ・理由 事業者の選定理由</p> <p>4. 検討プロセス・提案内容</p> <p>依頼内容の検討プロセス・検討フロー</p> <p>※当社の施主が要望等に対し、その旨に即座に、計画的に施工内容、設計の進捗等</p> <p>※業者や住宅の状況等の条件を踏まえた計画の考え方</p> <p>※熟知する範囲の図面や施工要領の提出の可否、断熱材等の取付位置の決定の有無、養生等</p> <p style="text-align: right;">事例-1</p>	事業者名		事例番号	事業者所在地	事例を表現するキャッチフレーズ		築年	年(築年)	所在地	京	市区町村	構造・工法	造	階数	階建て		建て方	戸建・共同	延べ面積	㎡		劣化等の状況	※事例掲載エリアのシフト等詳細				世帯人数	人	世帯構成		世帯主年齢	代	施主と世帯主の関係		施主と事業者との関係	<input type="checkbox"/> OB顧客 <input type="checkbox"/> OB顧客の親族・知人等 <input type="checkbox"/> 新規顧客 具体的に：
浴室	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
洗面所・脱衣室	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
トイレ	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
居室・寝室	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
LDK	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
その他（作業室等）	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
廊下・エントランスホール	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
階段	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
玄関	床 壁 天井 開口部・建具等																																																																								
リフォーム後の快適性に対する評価																																																																									
リフォーム後の施主等との関係																																																																									
施工面積	㎡																																																																								
施工期間	年																																																																								
工事費	万円																																																																								
性能向上項目	<input type="checkbox"/> 断熱性指 <small>（断熱材の追加）</small> <input type="checkbox"/> 気密性指 <small>（断材の充填）</small> <input type="checkbox"/> 防湿/透湿性能																																																																								
その他工事内容	※間取り変更や床張 等																																																																								
利用した補助制度																																																																									
事業者名																																																																									
事例番号	事業者所在地																																																																								
事例を表現するキャッチフレーズ																																																																									
築年	年(築年)	所在地	京	市区町村																																																																					
構造・工法	造	階数	階建て																																																																						
建て方	戸建・共同	延べ面積	㎡																																																																						
劣化等の状況	※事例掲載エリアのシフト等詳細																																																																								
世帯人数	人																																																																								
世帯構成																																																																									
世帯主年齢	代																																																																								
施主と世帯主の関係																																																																									
施主と事業者との関係	<input type="checkbox"/> OB顧客 <input type="checkbox"/> OB顧客の親族・知人等 <input type="checkbox"/> 新規顧客 具体的に：																																																																								

③調査対象事業者

調査目的に沿う事業者を抽出することを基本とし、特に断熱リフォームに取り組む事業者を調査対象とした。

抽出した事業者のうち調査協力を得られた事業者は、次表に示す6事業者であった。ここに6事業者の特徴・概要についてまとめる。

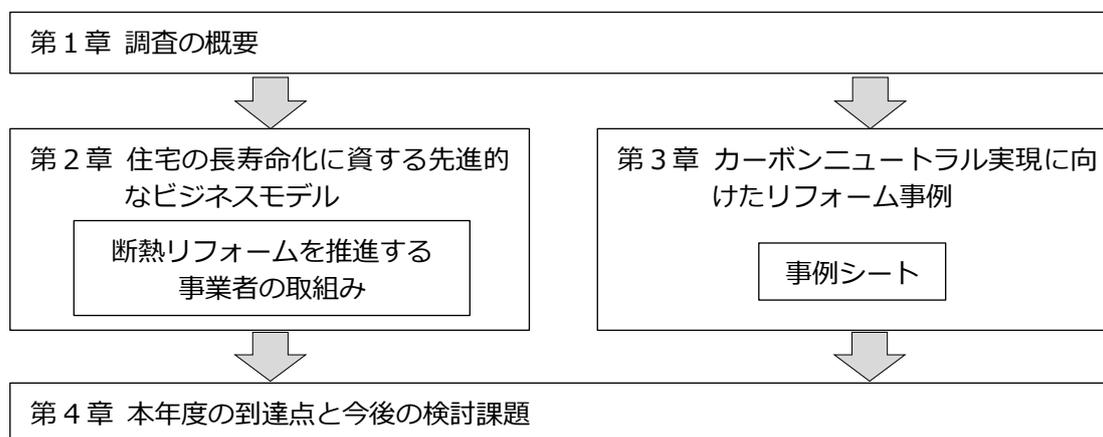
■調査実施事業者一覧

事業者名		事業者属性・業種
新規	(株) テオリアハウスクリニック (東京都練馬区)	専門工事業者
<ul style="list-style-type: none"> ・事業規模：8.78 億円（内、リフォームの占める割合：3 割 売上 2.8 億円） ・防蟻の技術を活かした非破壊工法による断熱に特化（床下、天井、内窓） ・従業員：73 名 ・商圏：東京、千葉、神奈川、埼玉、茨城/栃木/群馬の一部地域 		
新規	(株) Toivo (埼玉県さいたま市)	マンションリノベ専門業者
<ul style="list-style-type: none"> ・事業規模：2.3～2.8 億円（内、リフォームの占める割合：9.5 割） ・自然素材を使用した断熱、換気性能向上に特化したマンションのフルスケルトンリフォーム ・従業員：8 名（内、大工職人 2 名） ・商圏：埼玉、東京、千葉の一部地域、神奈川（設計のみ） 		
新規	エコワークス (株) (福岡県福岡市)	工務店
<ul style="list-style-type: none"> ・事業規模：37.6 億円（内、リノベーション事業部の売上 7 億円） ・リノベーション事業部で自然素材を使用した高性能のリフォームに特化 ・従業員：97 名（リノベーション事業部：14 名） ・リフォームの商圏：福岡、熊本、佐賀 		
新規	(株) 北洲 (宮城県富谷市)	建設資材小売 ビルダー
<ul style="list-style-type: none"> ・事業規模：144.3 億円（内、ストック循環事業部の売上 16 億円） ・新築で培った高気密・高断熱の技術を活かし、性能向上を数値で見える化し提案 ・従業員：354 名（内、ストック循環事業部:55 名） ・商圏：岩手、宮城 		
新規	(株) ゆい・リビング (愛知県西尾市)	リフォーム専門店
<ul style="list-style-type: none"> ・事業規模：2.5 億円 ・社員、協力業者、顧客を大切にする地域密着型のリフォーム専門店 ・従業員：7 名 ・商圏：愛知県西尾市を中心とする移動時間 30 分圏内 		
新規	(株) スペースマイン (奈良県大和郡山市)	工務店
<ul style="list-style-type: none"> ・事業規模：3 億円 ・創業当初から性能向上と健康住宅をコンセプトにリフォームを推進 ・従業員：10 名 ・商圏：奈良県内の市街地 		

(4) 報告書の構成

「調査の方針（調査テーマの設定）」に示すテーマごとに、基本的に以下の項目に従い、変化する消費者ニーズ、社会的要請に応えるためのリフォーム工事の具体的な進め方、具体的な工夫等、事業者によるリフォーム促進に向けて有益な情報となるよう、取りまとめ・分析を行った。

■ 報告書の構成



(5) 調査の結果

本年度調査では、6事業者に対するヒアリング等の結果及びその分析・整理に基づき、得られた調査結果・成果について次に示す。

① 「住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル」に関すること

1. リフォームの推進に向けた事業者等による取組みのフレーム《6つの取組み》の深化

- ・取組みの具体的内容や断熱リフォーム事業に取組む姿勢等については他の事業者の参考になる知見、情報が多く得られた。
- ・本年度調査では断熱リフォームに取組む事業者を対象に調査したため、各事業者のターゲットである消費者も省エネリフォームに対して関心が高い層であった。本年度調査により整理した《6つの取組み》から見えてきた視点と具体的な取組みについて次に示す。

○省エネリフォームに関心の高い顧客を集客

- ・事業方針を明確にもち、方針に沿った顧客を集客するため SNS 等のコンテンツを適切に活用した結果、断熱リフォームに関心の高い層を集客できている。

○断熱化によるベネフィット（効用）の体感・見える化

- ・モデルハウスや完成見学会で体感したり、断熱診断の数値で性能を確認したりすることで、顧客への断熱リフォームの理解を促進できている。

○社内にとどまらない人材育成

- ・協力事業者の人材育成とともに同業者への支援にも取組み、技術の底上げを図っている。

○顧客の予算等に対応するための複数の断熱化手法の提案

- ・省エネ改修に対して準備する資金が高くないケースを踏まえ、生活空間だけの部分断熱改修等、複数の提案を実施している。

②「カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例」に関すること

- ・温熱環境改善や断熱リフォームに対する意識が高い消費者がいることが、本年度調査対象事業者からのヒアリングにおいて確認できた。カーボンニュートラル実現を目指したリフォームの普及促進を図るためには、消費者の住まいに対する不安・不満を的確に捉え、健康やランニングコストの見える化で消費者にわかりやすい提案をすることが重要であることが把握された。
- ・各事業者から、温熱環境改善や断熱化を中心とした省エネリフォーム（部分断熱改修を含む）に対する消費者ニーズ、リフォーム提案の実態（基本的な考え方と実際の施工内容等）等を聞くことができ、次に挙げるリフォームのパターンに基づいて、施主への提案方法や施工技術、ノウハウの蓄積の方法等に関する知見や方法等を確認できた。
- ・さらに、補助金を活用した具体的な事例が得られた。

■リフォームのニーズ・きっかけ

A：外壁リフォーム（外壁の塗り直しなど）

B：屋根リフォーム（屋根の補修など）

C：水回り空間のリフォーム（トイレ・ユニットバス等の交換など）

本年度確認できたプロセス

D：生活空間のリフォーム（高齢期の生活への不安の解消など）

E：住宅全体のリフォーム（住宅全体の温熱環境の向上）

F：耐震診断・耐震リフォーム（建物に関する不安の解消と併せた暮らし提案）

a：省エネ住宅設備機器等の提案

（6）本年度の到達点と今後の検討課題

本年度の調査では、カーボンニュートラル実現に向けた脱炭素リフォームを含む住宅の長寿命化に資するリフォームの実態を把握することができた。

今後は、《6つの取組み》の再整理・更新を図るとともに、以下の事項についてさらなる調査を行い、事業者への情報提供の充実を図ることを今後の検討課題とする。

- ・耐震性や温熱環境、レジリエンス、防犯、高齢者や子育て世帯等への対応など、多様な性能及び安全・安心の向上に資する取組み
- ・省エネ性能ラベルの普及促進等を通じた、価値の見える化に関する取組み
- ・既存住宅流通や空き家活用における良質なストック形成の観点からのリフォームの推進
- ・リフォームを担う人材の育成及び確保に向けた取組み など

(7) 令和7年度 技術情報委員会名簿

(順不同、敬称略)

	氏名	団体名
委員長	折田 信生	一般財団法人 ベターリビング
委員	柴崎 和彦	キッチン・バス工業会
委員	武田 裕三	一般財団法人 経済調査会
委員	吉田 仁美	一般財団法人 建材試験センター
委員	白井 敬人(～2025年9月)	一般財団法人 高齢者住宅財団
	塩塚 禎久(2025年10月～)	
委員	島田 浩司	一般社団法人 JBN・全国工務店協会
委員	永原 伸浩	一般社団法人 住活協リフォーム
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	落合 保孝	一般社団法人 住宅生産団体連合会
委員	小泉 吉正	一般社団法人 住宅生産団体連合会
委員	山田 秀之	東京ガス株式会社
委員	酒井 裕三	一般社団法人 日本住宅リフォーム産業協会
委員	吉田 祐二	一般社団法人 日本ツーバイフォー建築協会
委員	鈴木 保宏	一般社団法人 日本木造住宅産業協会
委員	樽 宏彰	一般社団法人 リノベーション協議会
委員	山名 一郎	一般社団法人 リビングアメニティ協会

第2章 住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル

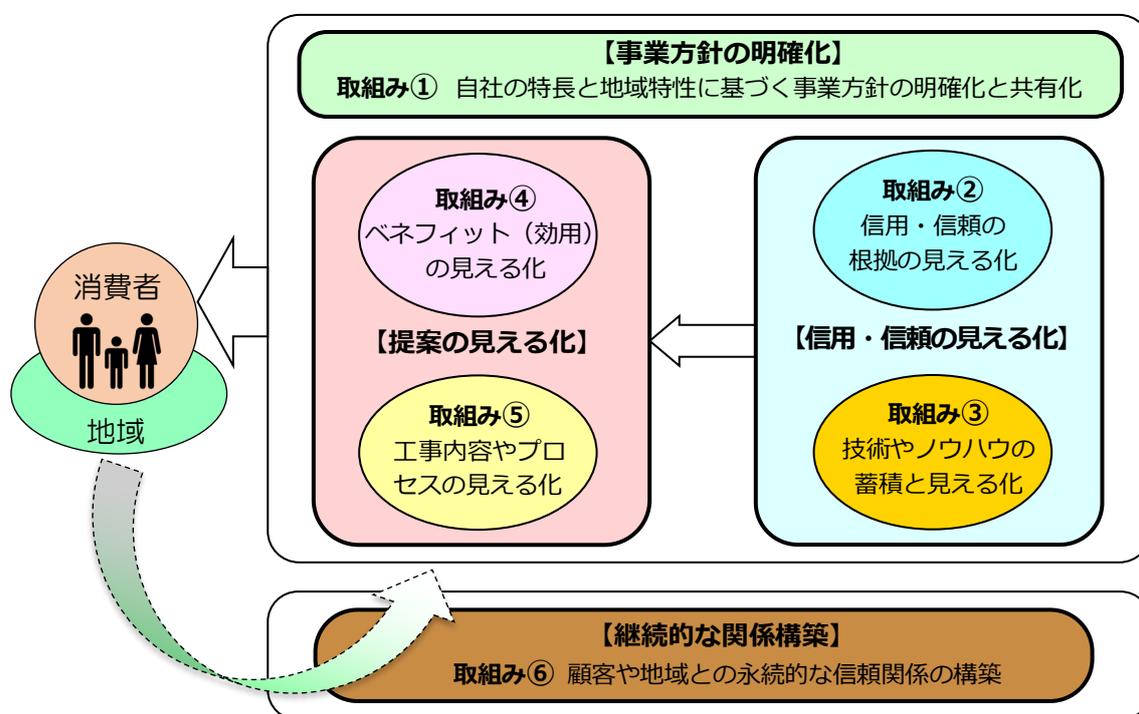
(1) 調査の内容

住宅の長寿命化を図るためには、工事内容そのものとともに、「顧客から信用・信頼され」「適切な設計・施工の技術を身につけ」「継続的な関係を構築する」ビジネスの仕方も重要となる。

過年度調査では、先進的な事業者のリフォーム事業への取り組み方を■リフォームの推進に向けた事業者等による取り組みのフレーム《6つの取り組み》に整理してきた。

本年度は、整理された内容の更新及び深化を目的として、《6つの取り組み》に追記・補完する。更には、本年度は特に断熱リフォームに取組む事業者を調査対象とし、《6つの取り組み》における省エネリフォームの特筆すべき点はないかについて検証を行った。

■リフォームの推進に向けた事業者等による取り組みのフレーム《6つの取り組み》



■主な調査項目

- ・「リフォームの推進に向けた事業者等による取り組みのフレーム《6つの取り組み》」に関する事業者の取り組み内容
 - 【取り組み①】自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化 に関すること
 - 【取り組み②】信用・信頼の根拠の見える化 に関すること
 - 【取り組み③】技術やノウハウの蓄積と見える化 に関すること
 - 【取り組み④】ベネフィット（効用）の見える化 に関すること
 - 【取り組み⑤】工事内容やプロセスの見える化 に関すること
 - 【取り組み⑥】顧客や地域との継続的な信頼関係の構築 に関すること
- ・断熱リフォームを推進する事業者における《6つの取り組み》の特徴

など

(2) 調査で得られた成果

本年度調査により収集した各事業者の取組みは、断熱リフォームに取り組む事業者を取り上げたため、これまでに整理された《6つの取組み》の大きなフレームの中に断熱リフォームにおける新たな取組みの知見を含むものとなった。

ここで整理する「リフォームの推進に向けた事業者等による取組みのフレーム《6つの取組み》」は、必ずしも、事業者がそのすべてを実践すべき取組みではなく、自社が有する技術や人材等に照らし、できることから取組んでいく姿勢が必要と考えられる事項を整理したものである。

本年度調査により整理した《6つの取組み》から見えてきた視点と具体的な取組みについて次に示す。

<p>○省エネリフォームに関心の高い顧客を集客</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業方針を明確にもち、方針に沿った顧客を集客するため SNS 等のコンテンツを適切に活用した結果、断熱リフォームに関心の高い層を集客できている。 <p>○断熱化によるベネフィット（効用）の体感・見える化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・モデルハウスや完成見学会で体感したり、断熱診断の数値で性能を確認したりすることで、顧客への断熱リフォームの理解を促進できている。 <p>○社内にとどまらない人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・協力事業者の人材育成とともに同業者への支援にも取組み、技術の底上げを図っている。 <p>○顧客の予算等に対応するための複数の断熱化手法の提案</p> <ul style="list-style-type: none"> ・省エネ改修に対して準備する資金が高くないケースを踏まえ、生活空間だけの部分断熱改修等、複数の提案を実施している。
--

各事業者は、玉石混交と言われるリフォーム業界において、この《6つの取組み》を参考として、自社を売るための「玉」をつくり、磨いていくことが重要である。

昨今の消費者の情報収集の変化などの時代の潮流により、《6つの取組み》にも新たな取組みの知見が得られた。

以下に、本年度調査した事業者の断熱化を中心とした省エネリフォーム推進に向けた取組みを整理する。

事業者名	事業者属性・業種	事業規模
断熱化を中心とした省エネリフォーム推進に向けた取組み		
(株) テオリアハウスクリニック (東京都練馬区)	専門工事業者 (防蟻、断熱リフォーム)	8.78 億円 (リフォームの占める割合：3割)
<ul style="list-style-type: none"> ・防蟻事業者から事業拡大するにあたり、防蟻の技術を活かした非破壊工法による断熱リフォームへ ・床下と天井からの断熱施工と内窓工事の断熱リフォームに特化した事業を推進 ・住まいの困りごとへの具体的な提案内容のコンテンツを作り、断熱に関心のある顧客を誘引 ・ホームページのコンテンツは常にアップデートし補助金の最新情報などを掲載 ・長野のグループ会社から施工技術を習得し、断熱専任の営業で提案力を蓄積 		

事業者名	事業者属性・業種	事業規模
断熱化を中心とした省エネリフォーム推進に向けた取組み		
(株) Toivo (埼玉県さいたま市)	マンションリノベ専門業者	2.3~2.8 億円 (リフォームの占める割合：9.5 割)
<ul style="list-style-type: none"> ・自然素材を使用し断熱性と空気環境の向上をする、自社大工施工のマンションのフルスケルトンの6面断熱リフォームを推進 ・社長や大工が性能向上について説明するYouTubeのルームツアーからの集客が9割 ・集客した顧客は完成見学会等を複数回体感し、性能向上や自然素材に共感して会社のファンになることで、事業者が顧客を育て方針に沿った顧客を選ぶ ・リフォームは、顧客と共同プロジェクトのため設計に半年かけ、竣工後も良好な関係性を保つ 		
エコワークス(株) (福岡県福岡市)	工務店	37.6 億円 (リノベーション事業部の売上7億円)
<ul style="list-style-type: none"> ・新築部門と同様に、リノベーション事業部でも自然素材を使用した断熱や耐震の高性能のリフォームに特化した事業の推進 ・ホームページからの問合せから、モデルハウスへの来場を促し性能向上の良さや木の香りを実際に体感してもらう ・性能向上リフォームの普及へ向け業界横断で先導事業に取り組む ・補助金対応の専門スタッフが情報を集め営業に展開 		
(株) 北洲 (宮城県富谷市)	建設資材小売 ビルダー	144.3 億円 (ストック循環事業部の売上16億円)
<ul style="list-style-type: none"> ・2×4工法の新築で培った高气密・高断熱の技術を活かし、リフォームでは全ての工法に対応し性能向上を数値で見える化し提案 ・性能向上をコンセプトにした専門のホームページで、住まいの断熱と健康の関係を発信する ・新築よりも専門性の高い性能向上リフォームに対し、段階的にスタッフを育成しチーム体制を整え営業する ・性能向上の提案としては、まずモデルハウスで顧客に体感してもらい、健康への訴求やランニングコストの低減の説明をし、最適な補助金の提案をする ・スケルトン断熱や非破壊断熱などの商品プランを提示 		
(株) ゆい・リビング (愛知県西尾市)	リフォーム専門店	2.5 億円
<ul style="list-style-type: none"> ・社員、協力業者、顧客を大切にする地域密着型のリフォーム専門店での性能向上リフォームを推進 ・先導事業者から技術や事業ノウハウ学び、同エリアの他事業者へも展開する ・ホームページで告知するモデルハウスや完成見学会を月1回は実施し、体感してもらう ・断熱リフォームの商品プランに標準仕様を設定し、床面積ごとの概算金額を提示 ・LINEを活用した顧客との情報共有と工事後の関係構築 		
(株) スペースマイン (奈良県大和郡山市)	工務店	3 億円
<ul style="list-style-type: none"> ・創業当初から耐震と断熱の性能向上と健康住宅をコンセプトにリフォームを推進 ・顧客に寄り添った無理のない予算での性能向上リフォームを提案するため、医療とも連携しひと部屋断熱改修事業を推進し、住まい方も合わせて言及する ・地元根ざした雑誌やWeb媒体で情報発信し地元での信頼を獲得 ・補助金等の情報を収集し、顧客に情報を提供 		

次ページより、本年度調査した事業者の《6つの取組み》について取組みを紹介する。

【事業方針の明確化】

◆取組み① 自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化

- i) 事業方針を定める : ①自社の専門分野を明確にする／②対象とする地域を定め、その地域の特性を把握する／③自社の特長を確認する／④目指す姿を明確にする
- ii) 経営の理念を定める
- iii) 事業方針を社内で共有化する

- ・「どのようなリフォーム」を、「どのような地域」で、「どのような特長」を活かして提供し、「どのような事業者」になりたいのかを明確にし、それらを事業方針として明確に定め、「方針に合う消費者を集客」し、社内で共有化することが重要となる。
- ・調査対象とした事業者の主な取組み内容を次に整理する。

事業者名 目指す省エネリフォーム	主な ターゲット	「自社の特長と地域特性に基づく 事業方針の明確化と共有化」の具体的な取組み
(株) テオリアハウスクリニック 非破壊工法による床下、天井、内窓の断熱	築 20～30 年	●防蟻工事で培った技術で、非破壊工法による床下と天井からの断熱リフォームを実施
(株) Toivo 6面断熱のマンションのフルスケルトンリフォーム	築 20 年程度 マンション	●天然素材を使ったマンションのフルスケルトンリフォームに特化した事業推進 ●性能向上リフォームの理解促進をして顧客を育て、事業者が方針に沿う顧客を選ぶ
エコワークス (株) ZEH 水準の断熱と耐震性向上リフォーム	築 30～40 年	●高性能で自然素材にこだわったリフォームを展開
(株) 北洲 ZEH 水準の断熱と耐震性向上リフォーム	新築は 2×4 工法 リフォームは全ての工法が対象	●新築のメンテナンスをきっかけに、新築で培った技術を活かし、性能向上リフォームの取組みを開始 ●性能向上リフォームによって資産価値と健康を守る三本柱の事業方針を掲げる
(株) ゆい・リビング 断熱等性能等級 4、窓・床・天井・壁の断熱気密	30 分圏内 築 60 年の木造から RC 工法まで	●他社との差別化を図るため性能向上リフォームにこだわって創業
(株) スペースマイン 断熱・耐震性能向上と健康住宅のリフォーム	構造に関わらず築 30～60 年／中古購入の子育て世帯	●健康と断熱・耐震性向上を目的とした健康住宅をコンセプトに事業を推進 ●医療と連携したひと部屋断熱改修事業の推進

【取組み例：(株) テオリアハウスクリニック】

- 防蟻工事で培った技術で、非破壊工法による床下と天井からの断熱リフォームを実施

・断熱リフォームに取り組む経緯

我々の会社は、防蟻事業からスタートしている。防蟻からどうやって事業を拡大していくか検討した際、我々が創業から大切にしている住宅を影から支えるという理念と合っていることと従業員との親和性を考え、床下に潜る防蟻工事と床下から断熱材を入れる断熱工事は親和性が高いと考えた。そこで、長野で断熱を推進していたグループ会社のランバーテックにセルロースファイバーでの施工の技術を習得しにいき、都内での断熱事業所の立ち上げが始まった。

防蟻工事は100%自社で施工しているが、断熱工事は、防蟻の技術を活かした床下や天井からの施工は自社で、内窓工事は外注している。我々はリフォーム事業者ではなく、あくまで断熱工事と防蟻工事を担っている会社である。

・目指す省エネリフォーム

断熱事業へ事業を拡大したが、リフォーム事業者ではないため、壁などの断熱施工は行わない。防蟻の技術を活かし、床下と天井から非破壊工法で断熱工事を実施している。窓の断熱も避けては通れないため外注で対応している。この先も全ての部位での断熱リフォームをしようとは考えていない。防蟻の技術の専門性を活かした唯一無二の事業者になりたい。

【取組み例：(株) Toivo】

- 天然素材を使ったマンションのフルスケルトンリフォームに特化した事業推進
- 性能向上リフォームの理解促進をして顧客を育て、事業者が方針に沿う顧客を選ぶ

・創業の経緯

子どもの頃にアレルギー体質のせいで喘息があり、同じ団地に住む子は重度のアトピーに苦しんでいた。この症状は住宅に由来するもの(カビ等)だと感じており、健康な暮らしをしたいと考えていた。実家がリフォーム事業をしていたこともあり、自分はマンションに特化した健康な暮らしを提供できるリフォームをしていきたいと考えるようになった。

・自社の特長

マンションのリフォームを専門とし、基本的にはフルスケルトンの依頼だけを請け、無垢の木や自然素材をつかった性能向上リフォームを特長としている。性能向上リフォームに取り組むことで社会に貢献していくことを顧客と一緒に考えながら取り組んでいる。

・事業方針に沿う顧客を選ぶ

弊社でのリフォームに興味を持った方には、1年かけ完成見学会に5~8回程度は来場

してもらい、性能向上を伴ったリフォームの考え方を理解してもらおう。我々が一方的にサービスを提供するのではなく、一緒に考え共同で作り上げるプロジェクトであり、志を同じくする顧客としか仕事をしないことにしている。特に換気などの空気環境については、絶対的な解決策があるわけではないため、一緒に実験しながら取り組んでくれる顧客を選んでいる。

見学会や YouTube でリフォーム後の暮らし方への言及をし、性能向上への理解促進をして顧客を育てている。性能向上を実現するためには、我々の思いに共感してくれることが大切である。弊社の理念に沿ったリフォームでなくても良さそうな方には、信頼できる同業者等を紹介している。

【取組み例：エコワークス（株）】

●高性能で自然素材にこだわったリフォームを展開

・リフォーム事業の立ち上げの経緯

2013年にリノベーション事業部を立ち上げた。きっかけは、新築を弊社で建てた方が実家と同じテイストでリフォームをして欲しいと言われたからである。社名のエコワークスとは直訳すると環境活動という意味であり、住宅を壊さないリフォームは脱炭素につながると考えた。リフォームにおいても、新築で提案している高性能住宅を目指した、自然素材を使う性能向上リフォーム事業に取り組んでいくことにした。

・耐震性向上リフォーム

リノベーション事業部を立ち上げた後に平成 28 年熊本地震があった。当時弊社で施工していた新築住宅は耐震等級 3 を取っていたが地震後も倒壊等がなく、耐震等級 3 で安全の担保が取れると考えている。そのことから、リフォームでも断熱だけでなく耐震にもこだわった性能向上リフォームを進めている。平成 28 年熊本地震のあと、300 件弱の耐震補強を行った経験から、丈夫な建物を作らないといけないと改めて感じている。

【取組み例：（株）北洲】

●新築のメンテナンスをきっかけに、新築で培った技術を活かし、性能向上リフォームの取組みを開始

●性能向上リフォームによって資産価値と健康を守る三本柱の事業方針を掲げる

・リフォーム事業の立ち上げの経緯

新築のメンテナンス部門として立ち上げたのがきっかけでリフォーム事業に取組みだしたが、後に新築のメンテナンスは新築部門が請け負うことになり、リフォームに特化した事業部として新規顧客を対象にストック循環事業部を立ち上げた。新規顧客を対象とした事業としては、10 年くらいになる。新築は 2×4 工法だが、リフォームは在来工法をはじめとした 2×4 工法以外の住宅も対象としている。

・リフォーム事業部の方針

我々の経営理念は、「お客様の健康と家族の幸せを願い、多くの方々に豊かな暮らしをお届けします」である。そこから、リフォーム事業部の方針として「命と健康を守る」リフォーム、「あなただけの」暮らしリフォーム、「数値で示す」真正直なリフォームの3本柱で事業を進めている。

「命と健康を守る」リフォーム：顧客の健康維持と資産価値維持を目的に、断熱・気密・換気の3本柱に加え耐震改修を含めた性能向上リフォームを社会に広げることが使命としている。

「あなただけの」暮らしリフォーム：家族構成の変化や趣味試行を考慮した暮らしの変化に寄り添いストレスなく永く住まえる住環境を提案している。

「数値で示す」真正直なリフォーム：目視点検だけでなく、断熱診断のシステム（JIS A 1495、ISO 9869-2）やドローンを活用した住宅診断をして、最適なリフォームを提案している。ポールカメラはかなり前から取り入れており、現在ではドローンカメラも活躍している。撮影した写真を確認しながら、顧客とプランニングを進めている。

・性能向上リフォーム

性能向上によって顧客の資産価値と健康を守り、顧客のニーズに沿った間取り等の提案をし、現地調査を経て実現できるリフォームを確実に実施している。高気密・高断熱を30年以上新築で手掛けており、そこで培った技術をリフォームでも活かしている。

【取組み例：(株) ゆい・リビング】

●他社との差別化を図るため性能向上リフォームにこだわって創業

2008年に父の会社から独立したときは、リフォーム専門店が西尾市になかった。今は2～3事業者出てきたため、他と差別化するために5年前にリフォームからリノベーションへと業態変革をした。弊社は、リフォームは新築当時に機能を戻すこと、リノベーションは現行の建築基準法を目指して性能を上げることと定義している。顧客へ説明する場合も、この違いをしっかりと伝えている。伝え漏れがないように、顧客とはLINEグループを作り、会社の理念を示した動画を共有している。

【取組み例：(株) スペースマイン】

●健康と断熱・耐震性向上を目的とした健康住宅をコンセプトに事業を推進

●医療と連携したひと部屋断熱改修事業の推進

・創業の経緯

創業者の母は健康志向が強く、ホルムアルデヒドの放散量が少ないコンパネ(当時の基準で最高等級のF0)を使ったり、コンパネに含まれる化学物質をオゾンで一時的に分解す

る機械を入れたりした事業をしたいと考えていた。1997年にそれらを導入し、健康や断熱・耐震性向上を目的とした健康住宅をコンセプトに創業した。創業当初からリビングや浴室だけのリフォームでも壁等に断熱と耐震工事を施していた。

・ひと部屋断熱の推進

奈良は昔ながらの大きな日本家屋も多いため、使わない部屋はそのままにして、生活空間だけの断熱を勧めてきた。そこから、ひと部屋断熱という考えが生まれた。ひと部屋断熱では、外気に面しているところは全て断熱材を入れるが、断熱区画は形成しない。例えば、和室の床は、畳の厚さの分だけ30mmの高性能断熱材を入れ合板を張る。洋室の場合は、壁際で切って床を張り替えフレームを組んで10mm 框をあげている。現場に応じた対応で、コストも廃棄物も減らす努力をしている。

【信用・信頼の見える化】

◆取組み② 信用・信頼の根拠の見える化

- i) 建築やリフォームに関する法令を遵守する
- ii) 公的な許可や団体登録等の状況を示す
- iii) 自社が提供するリフォームを行う社員・スタッフに関する情報を発信する
- iv) 業務品質の管理に取り組む
- v) 就業環境の向上を図る
- vi) HP等を通じ、自社の理念・コンセプトや事例・口コミ等の情報を蓄積し、発信する

- ・リフォーム事業者の中には多様な属性の事業者がおり、玉石混交の状態となっていると言われる。このような状況に対し、国などの公的機関等による裏付けやOB顧客からの評価などの信用・信頼の根拠を蓄積し、HPやSNS等を活用し発信していくことが重要となる。
- ・職人や協力業者と適切な価格での受発注をすることで、職人不足の昨今の問題に対し職人の確保に繋げていくことも検討する必要がある。
- ・調査対象とした事業者の主な取組み内容を次に整理する。

「信用・信頼の根拠の見える化」の具体的な取組み

- ホームページやSNSを通じて、自社の取組みやコンテンツ動画を定期的に配信し、常に新しい情報を発信する
- 社員大工を主役に据え、技を見せながら次世代があこがれる大工の姿を発信
- 適正な取引で良い仕事を循環させ、職人と顧客の満足を両立

- YouTube のルームツアー動画での集客
- 問合せからモデルハウスへの来場者率を重視し、断熱の良さを体感してもらう
- 性能向上をコンセプトにした専門のホームページで住まいの断熱と健康の関係を発信
- 先進的な技術を学び、他社へも展開する
- 雑誌媒体での取材を受け発信する
- 4号特例縮小などの法令変更に対応し、適切な改修を行う

【取組み例：(株) テオリアハウスクリニック】

- ホームページや SNS を通じて、自社の取組みやコンテンツ動画を定期的に配信し、常に新しい情報を発信する

・顧客行動の違いを踏まえたホームページの集客戦略

防蟻事業はほとんどが BtoB だったが、一部ホームページで BtoC の集客をしていた。一方、断熱事業の集客はホームページで行っている。ホームページでの集客は、防蟻と断熱では顧客が事業者へ問い合わせるまでに要する時間がまったく違うことがわかった。防蟻はすぐに対応して欲しい人が問い合わせるため、問合せにすぐ結びつく広告やコラム記事が有効であった。しかし、断熱は顧客が色々調べてから問合せに結びついている。断熱をしたいと明確に検索する人は少ないが、家が寒いといった検索をするような方へ弊社のホームページ「断熱リフォームの匠」が目につくような作り方をしている。半年くらいで問合せに結びついてくるため、広告を打つよりもコンテンツを多く作り込み、顧客が求めている情報を地道に掲載している。補助金などの情報などは常にアップデートしないと情報が古くなってしまい、顧客が離れていく要因になるため、継続的にブラッシュアップしている。SEO 対策もしており、量産型よりも現場で得た一次情報を軸に有益なコンテンツを届けることが結果的に信頼や問い合わせにもつながっている。

・若手の人材育成

防蟻工事は、ハウスメーカーの仕様に基づいて新築や 5 年、10 年のメンテナンスで実施するため、それほど技術が必要でない。建築の知識がなくても施工でき、顧客も防蟻技術について知りたいことはないため、技術よりマナー重視のビジネスモデルであった。その点が、若い人材にとってやりがいを感じられず、モチベーションの低下につながり長続きしない課題があった。断熱施工の技能習得は、現場の OJT で 1 年ほどかけ教えている。その後、気密測定技能士やうちエコ診断士といった資格取得をすることで、施工に関連する知識を付けてもらっている。

会社のブランディングなどを工夫しながら新しい人材の確保に取り組んでいる。若手人材を積極的に採用できているが、育成には時間が必要である。応募してくれるスタッフは、弊社が新しいことにチャレンジしている会社というイメージに、魅力を感じてもらえていると思う。

【取組み例：(株) Toivo】

- 社員大工を主役に据え、技を見せながら次世代があこがれる大工の姿を発信
- 適正な取引で良い仕事を循環させ、職人と顧客の満足を両立
- YouTube のルームツアー動画での集客

・ **大工が主役の会社**

社員大工の二人は墨付け、刻みができる最後の世代の大工である。隠れてしまう構造よりも造作のほうにやりがいを感じており、大工にとって無垢材を使ったマンションのリフォームは腕の見せ所である。

下請けで大変な思いをする大工の姿ではなく、子どもたちが大工になりたいと思うような会社をつくりたいと考えている。弊社の大工は YouTube に出演し広報活動をしたり、
施工中の現場の見学会で顧客とコミュニケーションをとったり、大工が表に立っている。
弊社は、この大工が主役の会社だと思っている。

・ **職人を大切にする**

いい仕事をしてくれた社員にはもちろん、取引先にも適正な対価を支払うことで、職人さん達を大事にしている。そのためにも単価が安い仕事は請けない。現場では丁寧な仕事をして顧客からしっかりお金を頂き、それを職人や取引先の方へ還元することで、顧客も職人も満足し、会社としても職人不足などに対応できていくと考えている。

・ **動画中心の「ファン化」から始まる集客方法**

会社の近くの案件が欲しかったため、以前は上質な素材でチラシを作り、マンションの管理人さんと仲良くなったりして地道にポスティングをしていた。今は、ホームページ及び Instagram と YouTube を活用した広報をしている。弊社で制作しているルームツアー動画からの問合せが 9 割を占めている。ショート動画だと再生回数 100 万件が最大で、ロング動画でも 8~30 万件再生をしている。動画作成に力を入れているため、小さな規模の会社だが二人の広報を置いている。

一般的にリフォームを検討する際、すぐにリフォーム会社へ問合せをすることは少ない。動画配信を視聴してもらい徐々に Toivo のファンになってもらうことが、問合せの最初のきっかけになると考えている。

【取組み例：エコワークス (株)】

- 問合せからモデルハウスへの来場者率を重視し、断熱の良さを体感してもらう

9 割がホームページ、Instagram、YouTube からの集客である。ホームページ、Instagram、YouTube などから問合せが簡単にできるようになり、問合せの質が多様になっているため、資料請求や問合せの数より、そこからモデルハウスへの来場者率を重視している。来ていただくことで断熱などの性能の良さをわかってもらえることが多い。今年の夏は非常に暑かったため、ホームページや Instagram で猛暑版を作り情報発信をした。

YouTube の編集に時間がかかるためリノベーション部では編集のみ外部に出している。それ以外の情報発信については、全て内製化している。YouTube の編集も内製化したいが、まだ手が足りていない。

【取組み例：(株) 北洲】

- 性能向上をコンセプトにした専門のホームページで住まいの断熱と健康の関係を発信

「住まいと健康 リノベーション研究所 (ラボ)」という性能向上が日本を救うというコンセプトのホームページを 2018 年立ち上げ、情報発信をしている。現在はリニューアルし、「住まいと健康・省エネラボ」と称し、健康で快適な家が省エネや CO2 削減につながる事を訴えている。

【取組み例：(株) ゆい・リビング】

- 先進的な技術を学び、他社へも展開する

リフォームコンテストに応募していた関係で、創業から 3~4 年目に喜多ハウジングから JERCO に誘われ入会した。現在は JERCO の中部北陸支部の役員をしている。JERCO に入会したことで、国の政策の方向性をいち早く知ることができたり、断熱リフォームの先端に行く北海道の事業者から取組みを学ばせていただいたりできた。この出会いが、弊社の性能向上リフォームの取組み向上に寄与したのは間違いない。

先進的なリフォームをしている会社から学んだことを、JERCO の中部北陸支部の会員へも惜しみなく教えている。自宅をリフォームする際に、JERCO の会員の学びのため、インスペクションや断熱施工の実地研修を行い、夏には断熱の効果の体感も行った。

JERCO での活動や、我々の断熱の取組みが他でも認められている事を示せるような情報を SNS 等で発信している。そうすることで、社員には自社の取組みに自信を持ち、性能向上リフォームの価値を発信することに意義を感じている。

【取組み例：(株) スペースマイン】

- 雑誌媒体や Web 媒体の取材を受け、情報発信をする
- 4号特例縮小などの法令変更に対応し、適切な改修を行う

・雑誌媒体などで発信する

奈良県限定の住宅系情報誌に会社案内や事例を掲載している。リフォーム、新築、デザイン系をテーマに年3回発行されている。購読者は新築やリフォームを検討中の人であり、雑誌の会社案内を見てからホームページを検索し弊社を選んでもらっている。巻頭

の特集記事などでは、JERCO の理事の立場で取材を受けインタビューに答えている。

・4号特例縮小への対応

多くの事業者が、大規模改修をすれば建築確認が必要と思っているが、必要ない場合もある。増築は別だが、屋根の野地板や2階の床や階段などの改修をする場合、劣化した部分だけ改修し過半をそのままにしておけば確認申請は必要ない。インスペクションをし、耐震改修を内側で対応し安心な住まいを確保することが大切と考えている。今回の法改正では、大工直営工務店が構造計算をできずに困っていると聞く。そのため、構造計算ができる建築士会・建築士事務所とリフォーム事業者をつなげる活動を、地元
の関西圏から実施していこうと考えている。

【信用・信頼の見える化】

◆取組み③ 技術やノウハウの蓄積と見える化

- i) 自社が提供するリフォームに関する調査・診断技術、設計技術を蓄積する
- ii) 自社が提供するリフォームを確実に実現するための施工技術・施工体制を蓄積・整備する
- iii) 自社の規模や自社が提供するリフォームの内容に応じた社内の体制を整備する
- iv) 補助金やローン等のリフォーム資金に関する相談対応能力を備える

- ・ 自社が提案するリフォームを実現させるためには、調査・診断力をはじめ、設計やプランの提案力、それを実現する施工力、資金などに関する相談能力、社外の協力会社との連携強化など、リフォームに必要な技術・ノウハウを蓄積し、発信することが重要であり、これが消費者のより高い信頼につながる。
- ・ 調査対象とした事業者の主な取組み内容を次に整理する。

「技術やノウハウの蓄積と見える化」の具体的な取組み

- 外部講師による技術向上の研修を自社の研修所で実施
- 断熱専任の営業で提案力を蓄積
- 性能向上に向けた講習を実施し、リフォーム事業者の底上げを図る
- 性能向上リフォームの普及へ向け業界横断で先導事業に取り組む
- 職人の技術向上のため、勉強会や情報共有の場を設ける
- 専門性の高い性能向上リフォームを段階的に育成とチーム体制を確立し営業する
- 協力業者との価値観の共有の場を設ける
- 無理のない予算で実施できるひと部屋断熱の提案

【取組み例：(株) テオリアハウスクリニック】

- 外部講師による技術向上の研修を自社の研修所で実施
- 断熱専任の営業で提案力を蓄積

・研修所での取組み

埼玉に自社が保有する研修所がある。そこに、外部講師を呼び、一般的な断熱施工の技術講習をしている。2×4、軸組など工法別に4棟を倉庫内に建てて、他のリフォーム事業者の方も含め研修をしている。

・断熱専門の広報と営業部

初めは断熱材の素材であるセルロースファイバーを売りにした広報をホームページで実施していた。しかし、断熱材のスペックを売りにしても顧客に伝わらなかった。どうすれば顧客に訴求できるか考え抜いた末、現在のホームページの「断熱リフォームの匠」のように、困りごとについて具体的に解決方法の提案をする作りにたどりついた。

防蟻の場合は、防蟻技術の説明を求めない顧客が多いが、断熱に関しては意識の高い方が相談に来るため、当初は我々よりも知識があったりする場合が多かった。そのため、断熱専門の営業部を立ち上げ、専門的な知識を持ち営業を推進している。

【取組み例：(株) Toivo】

- 性能向上に向けた講習を実施し、リフォーム事業者の底上げを図る

・リフォーム事業者の底上げ

リフォーム事業者に向けて断熱などの性能向上の考え方やブランディング戦略や施工現場視察などを含めた講習をしている。リフォーム事業者は工務店に比べると、技術や建築の知識が圧倒的に低いと思う。1年くらい受講しても身にならないため、5年かけて学んでいく。リフォーム業界では、販売できる人の立場が上になり販売できず建築をまじめに勉強してきた人が活躍できない状況もある。そうではなく、技術を持った人が活躍できるようリフォーム業界を底上げしていきたいと考えている。

【取組み例：エコワークス(株)】

- 性能向上リフォームの普及へ向け業界横断で先導事業に取り組む
- 職人の技術向上のため、勉強会や情報共有の場を設ける

・性能向上リフォームを業界横断で取組む

性能向上リフォームを広めていく事業を推進している性能向上リノベの会に所属している。さらに推進していくにはどうすれば良いか性能向上リノベの会に相談され、国土交

通省の先導事業にエントリーすることを勧めた。先導事業に採択され事業化すれば、取組む事業者が増えることを見込んだからである。そして、昨年度国土交通省のサステナブル建築物等先導事業に性能向上リノベの会で提案し、会員全員の取組みとして採択された。フルリフォームの事業で ZEH 水準を超えた断熱・省エネ改修のプロジェクトである。3カ年事業のため令和 6～8 年度で使える。データ取得が得意なアプリを出している会社とタッグを組み、研究機関に効果検証をしてもらっている。事務局を弊社が担当している。補助金が欲しくてやっているのではなく、先導事業を推進することが住みよい住宅を提供することになり、顧客のためになると思っている。満額 200 万で 110 棟分くらいの 2 億円の予算が付いたため、全国 500 社の会員と事業を推進している最中である。期限がある 3 カ年事業だと、営業が顧客へ勧める際の最後の一押しになる。

・補助金対応の専門スタッフの配置

このような先導事業に取り組んでいることもあり、社内に専属の補助金対応スタッフがいる。補助金事業スタッフの育成にも取り組み、現在のリーダーは 3 代目である。性能向上リノベ会の会員に補助金の専属スタッフがいけないことも知っているため、今回の申請に関しても、各工務店の間に入って我々がフォローをしている。

・国交省の 2050 年の目標を目指して

今回の事業では、ハードルを高く設定しており、気密測定必須、断熱等級 6 が必須、BEI は太陽光発電システムを除いて削減率 30% である必要があるとしている。先導事業はこれくらい高い基準で施工しないといけないし、リフォームで良質ストックを増やしていかないと、2050 年目標である住宅・建築物のストック全体の平均で ZEH 基準の水準という目標はクリアできない。リノベーションを ZEH 基準でやっているには到底到達できない目標値である。新築は等級 6 や 7 で引き上げ、リノベーションも同時に性能を上げていかないと考え、事業を推進している。

・人材育成について

人材育成には最低でも 2～3 年かかるため、事業者が長期、中期、短期の事業方針をしっかりと持ち人材育成をしていく必要がある。丁寧な育成の効果なのか、若手がしっかり残っており離職率は低いと思う。外部の講師を呼んで勉強会などを実施し、性能向上について学んでいる。

・職人の技術向上に向けて

月 1 回、パートナーである職人に集まってもらう友志会という勉強会を実施し、情報交換の場や会社の考え方を伝える場としている。職人にも弊社の目的を理解してもらっている。次の世代に技術をつないでいくことが課題であるが、現状は問題なく進んでいる。様々な職種の業者の方が集まる友志会の下に分科会があり、それぞれの分科会に社内担当が付いている。分科会では、職人が弊社に対して改善して欲しいことや施工方法などの判断などを、弊社の統一した判断として職人へ共有する場になっている。基礎・大工・左官の職人が不足しがちで、現在、若い世代の人材確保のため、社員にしてパートナーの熟練大工に指導を頼んでいる。

【取組み例：(株) 北洲】

- 専門性の高い性能向上リフォームを段階的に育成とチーム体制を確立し営業する

・ チーム体制での営業

新卒の社員には、リフォーム課で営業をしながら水回り等の小さい工事から経験の後、難易度を上げながら経験を増やし、性能向上のリノベーション課の営業へ進んでもらう。性能向上リフォームは技術的な制約が多くあるため、専任の設計士と現場監督は別に配置しチーム体制で営業する。

現場の状況が全て違うため、新築営業からリフォーム営業への転用は難しい。現在は営業と設計と現場監督で分業になっているが、将来的には小さな工務店のよう一人ですべて把握できるようになれば良いと思う。

2023 年度からリフォーム課とリノベーション課に 3 名ずつの営業を置いている。それまでは集客した物件を、一人の担当がリフォームの規模関係なく担当していたが、色々と問題が出てきた。そのため、現在では施工費 800 万でリフォーム部門とリノベーション部門に分けて対応している。

性能向上の広告を打っても集客は難しく、水回り等の小さなリフォームの相談から、性能向上まで提案して伸ばしていくことを心掛けている。新築と違いリフォームの場合、顧客が想像している完成形との擦り合わせが難しいため、専門性が必要だと考えている。

・ 補助金の活用

先進的窓リノベの補助金や基本的な補助金は活用している。北海道環境財団の断熱リフォーム支援事業の補助金も活用しているが、認可されるのに 1~2 ヶ月かかり、お客様希望スケジュールと社内施工管理枠との調整に苦慮することもある。申請対応は、営業が実施している申請漏れがないようにシステムで管理している。

【取組み例：(株) ゆい・リビング】

- 協力業者との価値観の共有の場を設ける

・ 顧客満足度促進プロジェクト

顧客満足度促進プロジェクトと称し、協力業者に向けて、マナー講習や安全衛生や養生清掃などの基本的な内容とともに、弊社の目的や存在意義を直接伝える講習をしている。講習は代表者だけでなく、現場に入る全ての人が受講する。会社の目的、存在意義を伝えており、講習会のアンケートをみると若い職人にも伝わっていると感じている。基本的には、現場に入る前に講習を受けてもらう。現在は約 150 名が協力業者として在籍し「結の会」を組織している。協力業者と毎年行う新年会では、研修で学んだことを記載している協力業者手帳を手に取り復唱している。

【取組み例：(株) スペースマイン】

●無理のない予算で実施できるひと部屋断熱の提案

・無理のない予算で実施するひと部屋断熱

医師と連携し予防医学として断熱をするべきだと訴え続けている。ひと部屋断熱では、150万円程度だが、リビング、寝室、水回りの生活空間のゾーン断熱では500万円～1,000万円くらいで施工できるプランを作ろうと考えている。そうすると退職後の資金も備えつつ退職金で無理なくリフォームができると考えている。補助金や固定資産税の減税措置等の情報は常にアップデートし、適宜顧客へ提案している。

スマートウェルネス住宅事業を推進している際に、室内の温度差と高血圧のリスクは関連があるという分析が出た。家全体を暖かくすることが一番良いが、コストの面から考えて最低でも、ひと部屋から断熱をして、部屋から出るときは温かい恰好をする、ヒートショックの危険性のある脱衣室には小型のヒーターを置き浴室はシャワーのお湯で温めてから入るといった住まい方の工夫をすれば良いと考えている。

【提案の見える化】

◆取組み④ ベネフィット（効用）の見える化

- i) 住まい・暮らしに対する潜在的なニーズを引き出す
- ii) リフォームによるベネフィット（効用）を示す
- iii) リフォームによって実現される空間を体感させる
- iv) 一般消費者のリフォームに対する知識・理解を高める

・顧客の住まいと暮らしを充実させることが、リフォームの目的である。住まいや暮らしへの不満やニーズを引き出した上で、建物の状況や性能を示しながらリフォームによりどのようなベネフィット（効用）が得られるかを体感してもらうことなどによって示すことが重要となる。

「ベネフィット（効用）の見える化」の具体的な取組み

- 施工中見学会、完成見学会に協力してもらうためコミュニケーションを大切にする
- 顧客との共同プロジェクトとして一緒にプランニングをしていく
- 断熱材の模型を置いたモデルハウスや完成見学会で断熱性能や木の香りを体感
- モデルハウスで体感してもらい、健康への訴求やランニングコストを提示
- 断熱診断により、数値でベネフィットを示す
- モデルハウスや完成見学会での断熱性能の体感を実施

- 性能のグレード×改修部位でわかりやすいプランの提示
- 体験型モデルルームを施工中の仮住まいとして提供

【取組み例：(株) Toivo】

- 施工中見学会、完成見学会に協力してもらうためコミュニケーションを大切にする
- 顧客との共同プロジェクトとして一緒にプランニングをしていく

・見学会に協力してもらうためコミュニケーションを大切にする

資料請求をした方に、吉野杉の床材サンプルと事例集を送付している。その後、年10回程度開催する施工中や完成見学会に来てもらい、真夏の涼しさや真冬の暖かさを体験していただく。体感後に弊社に興味を持った方には打合せをはさみ、更に数回見学会に来場いただく。営業はせずに、弊社の思いを理解した人とだけ一緒に仕事をしたいと考えている。

顧客とのコミュニケーションをすることで、工事中と完成後の見学会に協力いただくことを条件に契約できており、モデルハウスを持たなくても体感できる機会を設けている。予算がないから断熱を諦めるといわれるのは、我々の理念とも異なるため、1年程度の見学会の間にしっかり説明していく。顧客の方から性能向上をしたいからお願いしたいと言ってくるまでこちらからは営業しない。その後は、設計に半年くらいかけ、顧客も我々も納得いくプランニングをしていく。

丁寧な施工、丁寧な説明をしてしっかり顧客とコミュニケーションを取り、一緒に作っていくスタンスに共感してくれる顧客を選んでいる。

例えば、給気される外気に悩んでいた顧客とは一緒に実験的な解決策を検討した。竣工後に、顧客が毎月室内環境の測定データを送ってくれ、更に心地よい住まいにするため、ソフト面での暮らし方を一緒に考えている。

・BELS 認証

当初は BELS を取得することは考えていなかったが、顧客に言われて最近取得するようになった。標準工事で ZEH 基準の断熱工事をし BELS を取得している。最近、性能向上などへ意識の高い顧客から、自分の住戸の性能を説明したから BELS を取得したいとおっしゃる方もいる。BELS を取得することでもらえる補助金もあり、再販売するときに市場価値が上がることも期待される。

【取組み例：エコワークス（株）】

- 断熱材の模型を置いたモデルハウスや完成見学会で断熱性能や木の香りを体感

・性能向上の提案

モデルハウスに断熱材の模型を置き、断熱材を入れて気密を取る施工の様子が説明できるようになっている。数値で確認したい人には、断熱等級で説明している。ホームページ等で性能向上を謳っているため、性能向上したい顧客が来場することが多く、性能向上しませんかという提案からすることはほとんどない。特に男性は性能についてこだわりが強い。中には無垢材が好きという方からも依頼が来る。

弊社には断熱性能の基準があり、予算がないからといって性能を落とす提案はしておらず、予算がない場合は施工面積を小さくする提案をしている。性能向上は説得するものではなく、共感してもらうことに尽きる。引き渡す頃には、顧客が弊社のYouTubeを見つけており、冬暖かいとか夏暑くないというフレーズは聞き飽きたと言われる。それくらい、期待して待っていてくれる。

性能向上をしたいが無垢材には興味がないと来客した人も、カタログではわからない木の香りの良さをモデルハウスで体感し共感してもらえ効果的であった。機器交換であれば他の会社でもできるため、弊社独自のところを気に入ってもらうよう説明をしている。

・完成見学会での体感

モデルハウスに来た後、完成見学会を経て契約に至っているため、9割は引き渡し前の完成見学会を、残り1割は住まいながらの見学会を実施している。見学会をすることができていない会社にとってはハードルが高いのだろうが、弊社の場合は一連の流れから顧客が見学会するのが当然とってくれている。特にリノベーションは新築より見学会のハードルが高い。

新築のモデルハウスと違ってリノベーションは様々なタイプがあるため、見学会をする効果は非常に高い。顧客にも沢山の見学会に来て下さいと伝え、自分に合ったリノベーションを見つけてもらう。平均3~4回くらい来る方が多い。見学会の会場となる住まいのオーナーが立ち会って直接顧客と話をすることもある。さらに、商談中の顧客や契約後の顧客も見学会へ参加してもらっている。そうすると、その見学会先の気に入った部分を反映して欲しいという要望が出てきて、図面を修正する手間が出る。設計としては負担だが、顧客にとっては満足いくまで検討できるため、我々もリスクを承知で見学してもらっている。

・BELS 認証

BELS 認証の制度が始まった時からBELSは取得している。しっかりと認証を受け、性能向上の普及波及につながるように心掛けている。エンドユーザーにも同業者にも普及していくことを目指している。

【取組み例：(株)北洲】

- モデルハウスで体感してもらい、健康への訴求やランニングコストを提示
- 断熱診断により、数値でベネフィットを示す

・性能向上の提案

断熱性能については、性能値の比較をし、モデルハウスでは最小限のエアコンだけ冷暖房を完備して暖かさ涼しさを体感できる。血圧の変化や健康寿命の説明資料で、健康についての訴求をしている。コストの低減については、標準工事費とランニングコストを示し資金計画について説明し、ランニングコストが減る部分をローンに組み込んで予算を上げてもいいのではないかといった話をする。補助金は全て説明し、最適な補助金を提案している。

・断熱診断について

断熱診断のシステムを取り入れ 10 年くらいになる。赤外線カメラやセンサーを壁面や外皮に設置し、一晩かけ測定する。現地調査の時と完成してからの 2 回測定し、その比較数値を示している。2021 年にこの測定方法が JIS 認定された。

大手ハウスメーカーが建てた築 31 年の全館空調の物件を実際に測定したことがある。全館空調なのに冬場はファンヒーターをつけるほど寒かったため、リフォームの相談に来られた。断熱診断を実施した上で断熱改修工事をご提案、生活の変化をご納得の上で断熱性向上リフォームを施工。完成後、体感のみではなく実測で確認したくなったお客様が、各室設置の温度計で冬季間の室内温度の変化を観測したところ各室共に 18℃を切ることがなかった。UA 値は 1.35 から 0.56 まで上がった。光熱費は年間で 25 万円下がり、顧客も大変喜び知り合いに広めたいと言ってくれている。

【取組み例：(株) ゆい・リビング】

- モデルハウスや完成見学会での断熱性能の体感を実施
- 性能のグレード×改修部位でわかりやすいプランの提示

・断熱性能の体感

コロナ禍中に受注が落ちた時期に、個人名義で購入した住宅に北海道で学んだ断熱を取り入れた高性能リノベーションを施したモデルハウスを建てた。さらに、自宅用に会社の近くに 2 階建ての木造住宅を購入し、性能向上リフォームをして平屋に減築した。この 2 軒をモデルハウスとして活用している。

年間 7~8 件の完成見学会とモデルハウス見学会を合わせて、月 1 日は開催している。

相談会は、完成見学会後に開催日を設定しホームページで案内している。

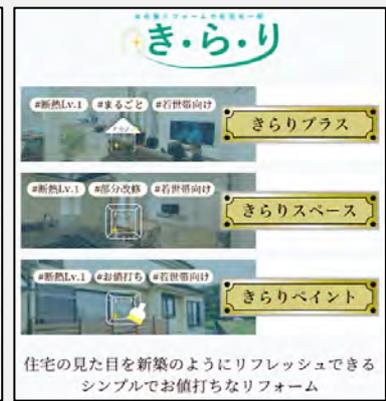
モデルハウスは、リフォーム中の仮住まいとしても提供している。

・わかりやすいプランと標準価格の提示

G2 グレードの新築同様の高性能のリノベ「atataka」、G1 グレードの性能向上リノベ「ZUTTO」、G1 グレードの築 50 年以上の土壁の性能向上リノベ「古民家」、機器交換だけの「き・ら・り」というプランをそろえている。「atataka」、「ZUTTO」、「古民家」には、全体断熱の「プラス」、部分断熱の「スペース」、減築する平屋の「ハーフ」というプランがある。

部分断熱「スペース」は平均単価 1,300 万円~1,500 万円で一番受注が多い。その中でも、「ZUTTO」と「古民家」は断熱向上が中間規模で受注が多い。「き・ら・り」は、性

能向上を目的としないリフォームを望む顧客に対応するため用意している。さらにわかりやすく顧客へ説明する資料を商品プランごとに作成中である。商品プランごとに Before と After で困りごとの解決案をイラストで示し、どの空間を性能向上するかがわかるようにしている。さらに、コンクールで受賞した事例を商品プランごとに添えている。床面積ごとの価格表を用意し、現地調査後に標準仕様の概算をす



ぐに提示できるようにしている。ここから顧客のリクエストをヒアリングし、仕様をつめていく。お客さんが短い時間で納得できるようにツールを用いていきたい。今より少し暖かくなればよいのか、最上の断熱がよいのか、お客様の断熱の希望を3回目の打合せまでに見定める。断熱を知らなかった人でも説明することで熱心になってくることがある。

断熱の数値は、個別物件ごとにはまだ出せていないが、仕様に基づき商品プランごとに理論値を出している。

「atataka」の外皮は30年間メンテナンスしなくてよい。子育て世代には、リフォームをしたらこの先住宅にお金を費やす費用が抑えられる事も説明している。

【取組み例：(株)スペースマイン】

- 体験型モデルルームを施工中の仮住まいとして提供

防犯意識が高い人が多く、間取りを見られることを嫌がられるため、現在は完成見学会は実施していない。基本的には、事務所であるモデルハウス「暮らしギャラリー四季の家」とモデルルームで体感してもらっている。モデルルームは、築35年のマンション住戸を性能向上リフォームして、体験型モデルルーム兼リフォーム中の仮住まいとして使えるようにしている。内窓設置と外皮の二面断熱をしたが、補助金を活用したため自己負担が50万円くらいであった。

【提案の見える化】

◆取組み⑤ 工事内容やプロセスの見える化

- i) 建物の状況を把握したうえで工事内容を提案する
- ii) リフォームの施工内容・手順等を紹介する
- iii) 工事内容とコストの関係を分かりやすく示す
- iv) 顧客の将来の使い方も確認・提示したうえで、今行う工事内容を提案する
- v) 工事内容が確定したら、必ず契約書を取り交わす
- vi) 工事の現場・進捗、顧客とのコミュニケーションの実施状況の管理を徹底する

- ・提案するリフォーム工事の内容を十分に理解・納得してもらえることが、顧客からの信頼につながる。そのために、その工事がなぜ必要なのか、どのように行われるのか、コストは妥当なのか、将来の住まい方等について説明をすることが重要となる。
- ・調査対象とした事業者の主な取組み内容を次に整理する。

「工事内容やプロセスの見える化」の具体的な取組み

- スケルトン断熱や非破壊断熱などの商品プランを提示
- リフォームに対する方向性を顧客と共有
- 部分断熱の課題は住まい方の提案で対策する

【取組み例：(株)北洲】

- スケルトン断熱や非破壊断熱などの商品プランを提示

室温 18℃を切らないプランのスケルトン断熱改修の「BASE18」、非破壊断熱改修の「ラク暖」、その他、「外張り断熱」といったメニューもある。

また、マンションの非破壊断熱の「リノベ next マンション」といった商品プランを用意している。

資料では、断熱改修リフォームの種類を図解



断熱リフォーム標準モデル

しわかりやすく説明している。

弊社の「リノベ next ショールーム」では、実物大の空間展示を通して、本物の暖かい住まいを体感してもらいながら、それぞれの断熱仕様等について説明をしている。



【取組み例：(株) ゆい・リビング】

● リフォームに対する方向性を顧客と共有

・ 顧客への共有方法

LINE グループを物件ごとにつくり顧客とやりとりをしている。会社の方針などの説明漏れがないように、説明すべき内容の動画を作成し共有している。性能向上に特化している会社をわかってもらえるツールであり、新入社員や営業マンのツールにも役立っている。施工中や施工後の連絡ツールとしても活用し、施工内容の共有等に使っている。

【取組み例：(株) スペースマイン】

● 部分断熱の課題は住まい方の提案で対策する

2025 年 4 月から環境省の事業で、住宅分野の「断熱・省エネルギー推進タスクフォース」を JBN・全国工務店協会や他の団体と共に進めている。現在、耐震と断熱工事のマニュアルを作っている。そのときに部分断熱について、新築住宅で高気密高断熱を推進する人達から壁内結露のことについて指摘された。断熱材の外側はモルタルで外からも空気が入ってきているため、空気は循環しており壁内結露はおきにくいと考えている。フルリフォームをするときは、屋根も壁も外に合板を張って気密を取っている。灯油やガスストーブを使うと表面結露は起こるため、エアコンを使ってもらおうという住まい方による対策も提案している。

【継続的な関係構築】

◆取組み⑥ 顧客や地域との永続的な信頼関係の構築

- i) OB顧客に対して、連絡や訪問、交流会等を継続的に行う
- ii) イベントやセミナー等の地域に向けた活動等を通じて、地域での信用・信頼を獲得する
- iii) 消費者からの知名度を高める取組みを行う
- iv) 地域の他分野の主体との連携関係を構築する

- ・OB顧客からの再受注や新規顧客の紹介が、リフォーム事業の継続と安定につながる。
- ・定期訪問のほか、不具合等に適切に対応できるアフターサービスの体制・関係づくりなどOB顧客や地域との永続的な関係構築に向けた取組みが重要となる。
- ・顧客の使用するコミュニケーションツール（メール、SNS等）に合わせて柔軟に対応し、関係性を継続していくことも有効な手段である。
- ・調査対象とした事業者の主な取組み内容を次に整理する。

「顧客や地域との永続的な信頼関係の構築」の具体的な取組み

- メール等を活用し、ほどよい距離感を保った顧客との関係
- 全ての顧客が竣工後の見学会を実施してくれる関係性を構築
- LINEグループを顧客との情報共有に活用

【取組み例：(株) テオリアハウスクリニック】

- メール等を活用し、ほどよい距離感を保った顧客との関係

工事が終わった後は、補助金の対応やメールでのやりとり等で関係性を維持し、最後に口コミをお願いする。積極的に電話や訪問して挨拶ということはせずに、メール等で対応するのが、時代に合っていると思う。以前アンケートを取ったときに、電子媒体でのやりとりが良かったとの回答があった。Webから集客しているため、メール等のやりとりが好まれるのだと思う。時代に合った顧客との関係を続けていく。

【取組み例：(株) Toivo】

- 全ての顧客が竣工後の見学会を実施してくれる関係性を構築

見学会や打合せなどで、1年半かける過程で顧客との関係性ができてくる。内装解体後

に行う棟上げ式から一緒に飲みに行く関係になる人や、生活し始めてから断熱向上の結果や暮らしの変化を報告してくれる人、空気環境のレポートを毎月提出してくれる人などがおり、竣工後からの顧客との本当のつきあいだと思っている。

顧客には、見学会などで弊社が施工した家を色々と見てきたが、自分の家がどの家よりも最高だと言われるのが一番うれしい。

施工後に、必ず見学会をお願いしている。契約するまでに他の住戸の見学会を何回も体験して決めている訳だから、顧客も協力してくれる。

【取組み例：(株) ゆい・リビング】

●LINE グループを顧客との情報共有に活用

顧客への説明で活用しているツールとして、LINE がある。打合せ、情報共有、顧客からの相談などを LINE グループでやりとりしている。

第3章 カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例

(1) 調査の内容

近年、気候変動問題は人類共通の喫緊の課題として認識され、気候変動による水害等の被害拡大への影響が明らかであるという指摘もされるようになってきている。政府は2050年までの脱炭素社会の実現を2020（令和2）年10月に宣言し、2021（令和3）年5月26日には、2050年までの脱炭素社会の実現を基本理念とすることとし、地球温暖化対策推進法が一部改正された。

これらを背景として、国土交通省では、経済産業省、環境省と連携してとりまとめた『2050年カーボンニュートラルの実現に向けた住宅・建築物の対策をとりまとめ～「脱炭素社会に向けた住宅・建築物における省エネ対策等のあり方・進め方」』が2021（令和3）年8月に公表され、「2050年及び2030年に目指すべき住宅・建築物の姿（あり方）」が示されている。

○2050年に目指すべき住宅・建築物の姿

- （省エネ）ストック平均でZEH・ZEB基準の水準の省エネ性能^(※1)が確保される
- （再エネ）導入が合理的な住宅・建築物における太陽光発電設備等の再生可能エネルギー導入が一般的となる



○2030年に目指すべき住宅・建築物の姿

- （省エネ）新築される住宅・建築物についてはZEH・ZEB基準の水準の省エネ性能^(※2)が確保される
- （再エネ）新築戸建住宅の6割において太陽光発電設備が導入される

（※1）ストック平均で住宅については一次エネルギー消費量を省エネ基準から20%程度削減
建築物については用途に応じて30%又は40%程度削減されている状態

（※2）住宅：強化外皮基準及び再生可能エネルギーを除いた一次エネルギー消費量を現行の省エネ基準値から20%削減
建築物：同様に用途に応じて30%削減又は40%削減（小規模は20%削減）

このような目標を実現する上で、既存住宅に関連する主な取組みとして、次のものが示されている。

I. 家庭・業務部門（住宅・建築物における省エネ対策の強化）

- ①省エネ性能の底上げ
- ②省エネ性能のボリュームゾーンのレベルアップ
- ③より高い省エネ性能を実現するトップアップの取組
- ④機器・建材トップランナー制度の強化等による機器・建材の性能向上
- ⑤省エネ性能表示の取組
- ⑥既存ストック対策としての省エネ改修のあり方・進め方

- ・ 国・地方自治体等の建築物・住宅の計画的な省エネ改修の促進

- ・ 耐震改修と合わせた省エネ改修の促進や建替えの誘導
- ・ 窓改修や部分断熱改修等の省エネ改修の促進
- ・ 地方自治体と連携した省エネ改修に対する支援を継続・拡充 等

この実現に向けて、国土交通省では、「部分断熱改修のガイドライン」を作成するとともに、「部分断熱等改修実証事業」を実施するなど、既存住宅の部分断熱改修の促進に向けた取組みを始めているとともに、環境省及び経済産業省と連携した「こどもエコすまい支援事業」「先進的窓リノベ事業」「給湯省エネ事業」それぞれ創設するなど住宅の省エネ化を推進する施策が展開されている（令和7年度事業）。

リフォーム事業に携わる事業者においては、これらの政策・施策に関する情報を取得し、消費者に適切なリフォーム工事を提案することが求められ、それに必要となる適切な技術・知識・情報を蓄積していくことが求められる。

これらの社会的要請を踏まえ、本調査では、「カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例」の収集をテーマに掲げ、特に既存住宅において省エネルギー性能向上リフォーム（断熱改修、高効率な熱源装置や設備機器の導入等）に関して、その工事内容だけでなく、顧客のどのようなニーズに対して、具体的にどのように性能向上を提案・実現したか（提案プロセスの体系化）について情報収集及び整理を行った。

現在の住宅政策の中心的課題となっている省エネルギー性能向上リフォームに関して、具体的な事例の紹介を受け、その工事内容や施主の意識等を把握することを基本として、調査項目を次のとおり設定した。

【調査項目】

■省エネルギー性能向上のリフォーム事例（脱炭素型社会の実現に向けた事例等）

①省エネルギー性能向上のリフォーム工事内容

1) 断熱改修等の実施内容（予算が限られる場合等に行われる部分断熱改修を中心として、事業者の提案により改修部分が拡大した事例を含む）

- ・ 物件の概要（築年、立地環境、構造・工法、床面積、劣化等の状況等）
- ・ 施主の属性（OB顧客、新規顧客、家族構成、相続の有無等）
- ・ リフォームのきっかけ・経緯
- ・ 部分断熱改修を行う場合の断熱区画の設定・計画の考え方・留意点（マンションの住戸のリフォームを含む）
- ・ 顧客の資金状況、住宅の状態等を踏まえたリフォーム提案
- ・ 断熱区画を施工する上での留意点・技術の内容
- ・ 部位ごと（床、壁、天井、開口部等）の性能向上の方法
- ・ 施主の評価（リフォーム後の快適性に対する評価） など

②断熱性等向上リフォームの実施状況

- ・ 顧客がリフォームの相談に来る経緯・考えられる要因
- ・ 相談に来る顧客がリフォームをしたいとするきっかけ（住まいに対する不満や不具合の内容・傾向） など

ヒアリングで得られた情報は、次のとおり整理した。

○省エネ向上に向けたリフォーム工事を行う場合の具体的な進め方（提案プロセス）について

○「省エネリフォーム」における提案プロセス例

- ・リフォーム相談の類型（次のA～F+a）を設定し、それぞれに該当する事例において、どのようなニーズ・きっかけに対してどのように提案していったか、また、課題があった場合にどのように対応したか、リフォーム後の施主の評価はどうであったか等についてとりまとめる。

A：外壁リフォーム（外壁の補修・塗り直しなど）

B：屋根リフォーム（屋根の補修など）

C：水回り空間のリフォーム（ユニットバス等の交換など）

D：生活空間のリフォーム（高齢期の生活への不安解消など）

E：住宅全体のリフォーム（住宅全体の温熱環境の向上）

F：耐震診断・耐震リフォーム（建物に関する不安の解消と併せた暮らし提案）

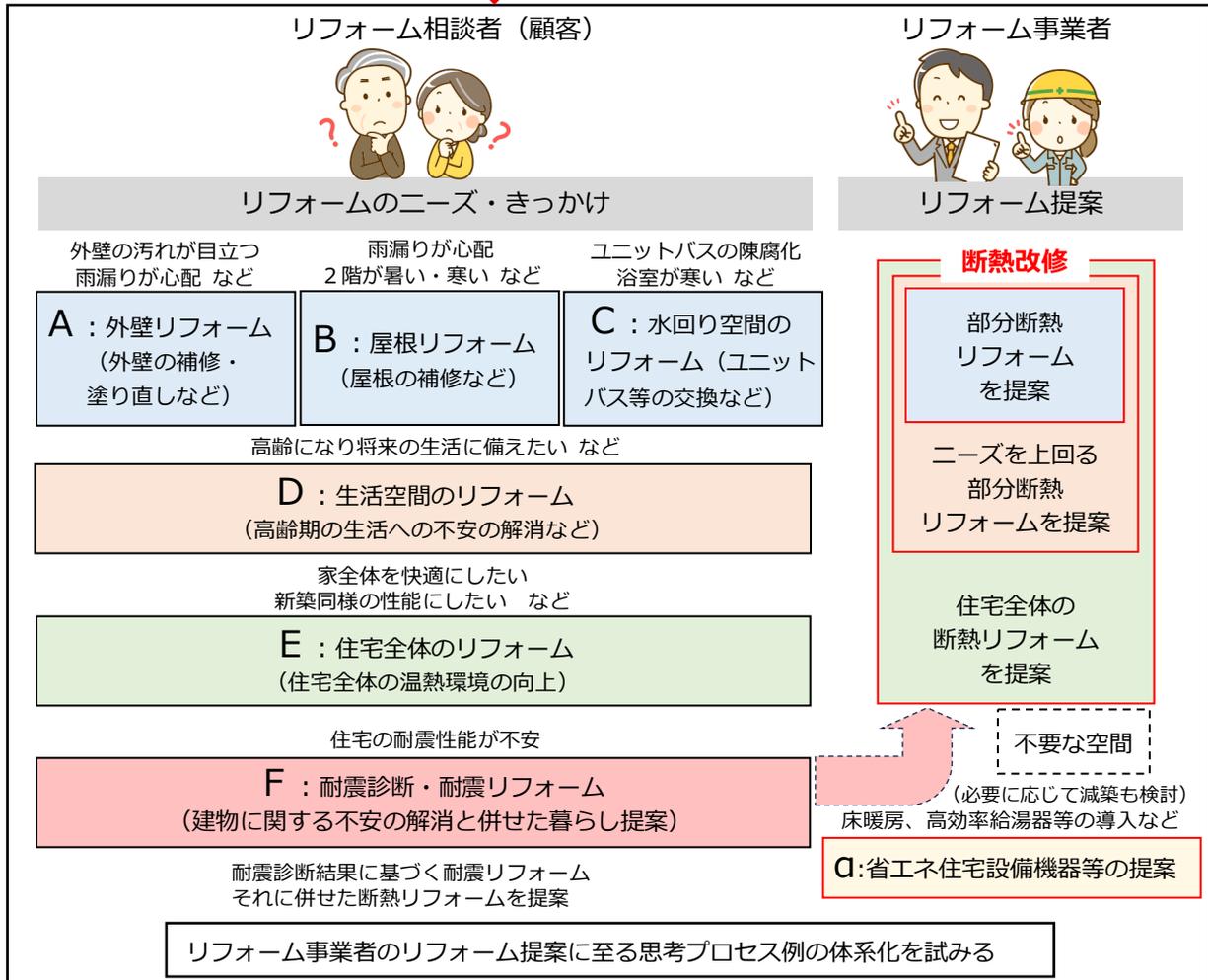
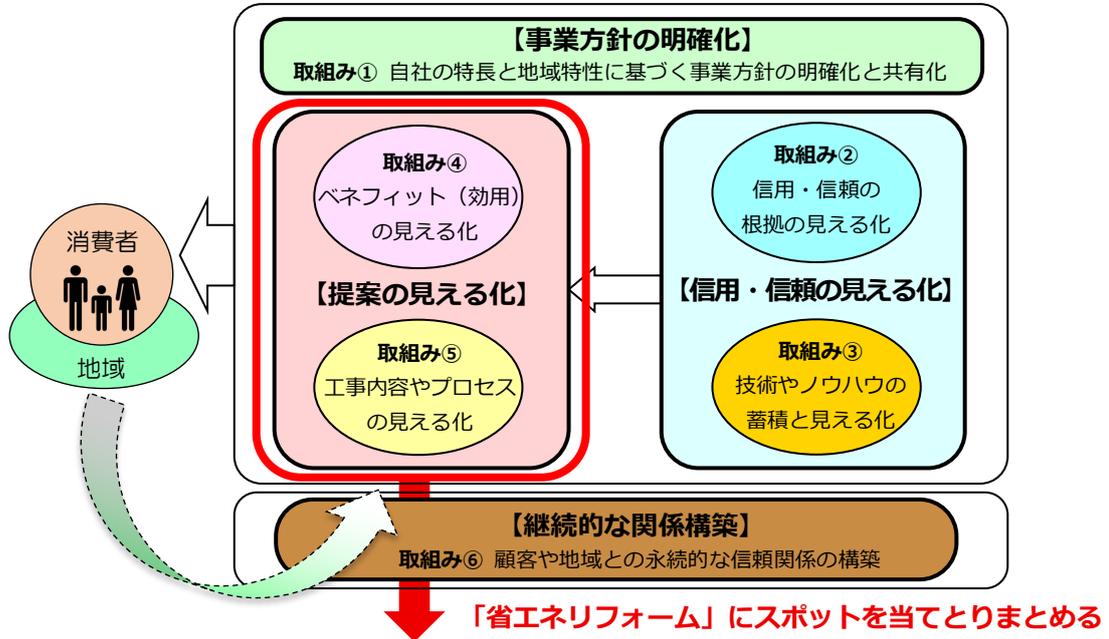
a：省エネ住宅設備機器等の提案

⇒各類型について、該当する事例を取り上げ、「1. リフォームのプロセス」「2. リフォーム・改修工事の概要」を事例シートとして整理する。

(2) 調査で得られた事項

本調査から、各事業者の取組み姿勢が確認できるとともに、工事内容や施主のニーズを把握することができた。

■ 《6つの取組み》における【提案の見える化】の具体的な取組み方・考え方の把握



A～F+ α それぞれの場合に、本年度ヒアリング対象事業者がどのような断熱改修を提案・実施しているかについて、ヒアリング内容及び事例から整理し、どのようなニーズ・きっかけに対してどのように提案していったか、また、課題があった場合にどのように対応したかなど、リフォームニーズの傾向とそれに対する事業者の対応を整理し、省エネリフォームに対する事業者の取り組み方・考え方のガイド的なものとしてとりまとめる。本年度調査では、D～F+ α についての事例が得られた。

D：生活空間のリフォーム（高齢期の生活への不安の解消など）

本年度調査では、水回り空間と寝室等の生活空間を快適にすることで、高齢期の生活への不安を解消したり、相続した空き家を将来のため改修したりする事例が見られた。高齢社会の進展や顧客の限られた予算を踏まえると、今後、積極的に推進されていくべき工事内容と考えられる。

E：住宅全体のリフォーム（住宅全体の温熱環境の向上）

高齢住宅では、住宅の内装や設備の陳腐化、住宅の構造的不安や、代々受け継いだ家を住みつなぐため、リフォーム相談が持ち込まれる場合がある。本年度調査では、このような相談に対して、スケルトン化した上でフルリノベーションを提案する事業者が多くいた。

本年度調査では、マンション住戸の温熱環境向上の事例が得られた。

F：耐震診断・耐震リフォーム（建物に関する不安の解消と併せた暮らし提案）

過年度調査では、断熱改修を効果的に行うには外壁を壊して断熱施工することが有効であるため、「耐震診断・耐震改修」に併せて「断熱改修」も行うことが合理的であるとの意見が事業者からあがっている。

本年度調査では、100年以上の古民家のフルリノベーションや実家を二世帯住宅にリフォームした事例を得られた。

α ：省エネ住宅設備等の提案

A～Fに対応する際、適切な設備を選択・採用することで、さらなる快適性や省エネ性の向上の実現が可能となる。

過年度調査で収集した事例の中には、断熱化工事に併せて床暖房やエアコンの設置・適切な利用を提案したり、省エネに寄与する高効率給湯器を導入することを提案したり、適切な住宅設備を提案したり、暮らし方やランニングコストの見直しを提案することは、リフォーム提案において今後必要な視点と考えられる。

次ページより、各パターン別に本年度収集したリフォーム事例を紹介する。

①生活空間のリフォーム事例

事例 D-1

自立した暮らしを続けるのが親としての最後の務め
(生活空間のリフォーム～高齢期生活への不安解消など)

株式会社ゆい・リビング (愛知県西尾市)

1. リフォームのプロセス

◎居住者 : 2人/母親+子ども **持ち家**

◎相談のきっかけ

- ・亡くなった夫の思い出が詰まった家に一人になっても住み続けたい。機能が古く、段差があり冬場は結露が発生し寒い。

◎相談内容・ニーズ

- ・将来的に娘が家を出ても一人で自立して生活したい。
- ・息子は遠方に住んでいるが、母親が一人暮らしになった時の生活を心配している。

◎提案内容

- ・ヒアリングの結果、水回りやリビング、寝室以外に頻繁に使う部屋はないことがわかった。
- ・転倒やヒートショックがない安心感を得られる、限られたスペースに全てを詰め込んだオールインワンのリフォームを提案した。

⇒1階の生活空間に断熱空間の提案、樹脂窓設置の提案、耐震工事の提案

◎実現したリフォーム工事の内容

- 1階LDKの断熱改修、開口部の樹脂窓設置、寝室の設置
- 布基礎の有筋打ち増し、基礎クラックエポキシ樹脂注入、X方面耐力壁欠損部面材補強
- 水道管の取り替え、既存部分を屋外で止水し水回りのメンテナンスのしやすさ向上
- 冷暖房設備の更新、高効率給湯器への更新

《省エネリフォームの内容》

- 生活空間の断熱化 (充填断熱、樹脂窓複層ガラス設置)
- 冷暖房設備の更新、高効率給湯器へ更新

◎補助金活用

- ・「こどもみらい住宅支援事業」

◎施主の評価

- ・段差も温度差もなく快適に暮らしている。
- ・遠方に住む息子も安心してきている。

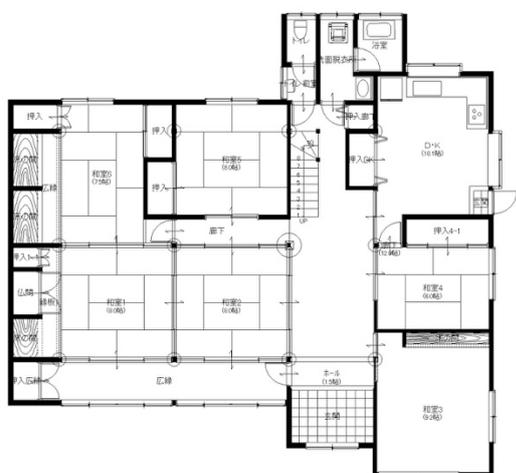
◎リフォーム後の動き〈効果〉

- ・工事後もいろいろな相談を持ちかけられる関係が継続している。
- ・防犯カメラの設置について相談があった。

2. リフォーム・改修工事の概要

築年	1980年（築45年）	所在地	愛知県西尾市
構造・工法	木造在来軸組	階数	2階建て
建て方	戸建	延べ面積	131.46㎡
施工面積	31.46㎡		
施工期間	2022（令和4）年4月～5月（27日）		
工事費	1,120万円		
性能向上項目	<ul style="list-style-type: none"> ■ 温熱性能（施工前UA値：3.71）⇒（施工後UA値：0.59） ■ 耐震性能（施工前Iw値：1.0）⇒（施工後Iw値：1.1） ■ 耐久性能 □ 耐火性能 ■ バリアフリー性能 ■ 防音/遮音性能 □ 防犯性能 ■ 室内空気環境 		

①改修前（1階）



改修前・1階DK

②改修後（1階）



改修中



LDK+寝室

事例 D-2

費用を抑えた生活空間のリフォーム (LD エリアの断熱・耐震化)

株式会社スペースマイン (奈良県大和郡山市)

1. リフォームのプロセス

◎居住者 : 1人 **持ち家**

◎相談のきっかけ

・長時間居るリビングを広く快適に使いたい。

◎相談内容・ニーズ

- ・断熱性能を上げて快適に過ごしたい。
- ・内装にも少しこだわりたいが、費用はなるべく抑えたい。

◎提案内容

- ・ZEH レベル (誘導基準) での提案。
- ・換気、結露防止、省エネの目的のため、換気機能付き高効率エアコンの提案。
- ・間取りの変更と畳を構造用合板に変更する耐震性向上の提案
⇒断熱の提案、樹脂窓設置の提案、耐震工事の提案

◎実現したリフォーム工事の内容

- 3 畳と 4 畳の 2 間続きの和室の間仕切壁を撤去し、1 室へ
- 換気機能付き高効率エアコンを設置
- 畳を撤去し、構造用合板と CF シートに変更
- 床: 1 階根太に白蟻被害があったため、既存の根太の上に根太を新設し断熱材の敷き込み
- 壁: 内装材を撤去し、木下地を組み内側から充填断熱
- 天井: 一部天井材撤去、垂木下充填断熱
- 開口部: 樹脂製内窓設置 (Low-E 複層)
- 間仕切り撤去部の梁・金物補強をし、2 階床に構造合板を重ね貼り

《省エネリフォームの内容》

- 生活空間の断熱化
- 高効率エアコンの設置

◎補助金活用

・なし

◎施主の評価

・光熱費が下がった。断熱性能が上がったことにより、エアコンを入れてもすぐに暖かくなる。夏も涼しく過ごせている。

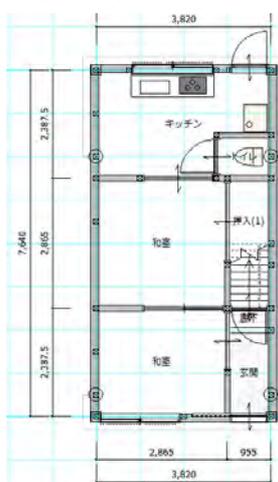
◎リフォーム後の動き〈効果〉

・現在は、民泊として活用している。

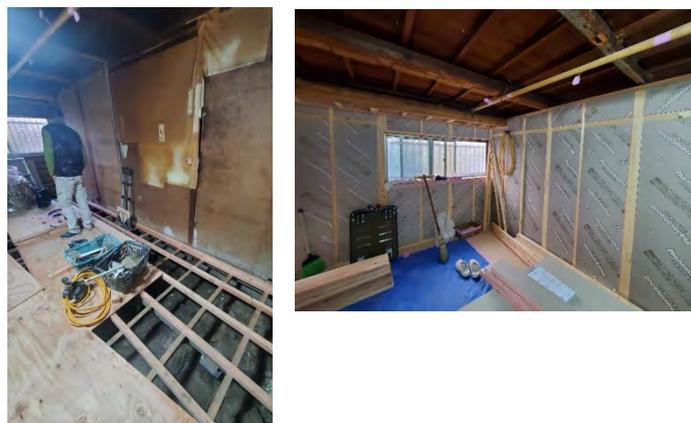
2. リフォーム・改修工事の概要

築年	1970年頃（築50年以上）	所在地	大阪府
構造・工法	木造在来軸組	階数	2階建て
建て方	戸建	延べ面積	約50㎡
施工面積	約15㎡		
施工期間	2024（令和6）年1月（3日）		
工事費	140万円		
性能向上項目	<input checked="" type="checkbox"/> 温熱性能 <input checked="" type="checkbox"/> 耐震性能 <input checked="" type="checkbox"/> 耐久性能 <input type="checkbox"/> 防音/遮音性能 <input type="checkbox"/> 耐火性能 <input type="checkbox"/> 防犯性能 <input checked="" type="checkbox"/> バリアフリー性能 <input type="checkbox"/> 室内空気環境		

①改修前（1階）

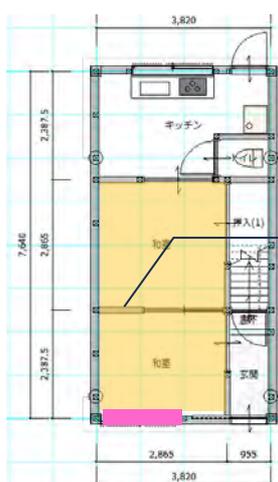


改修前



改修中

②改修後（1階）



間仕切壁撤去



改修後

省エネ改修エリア
 内窓(樹脂)設置

事例 D-3

空き家だった祖母の家～保護猫と僕とちょうど良く暮らす (住み継ぐリノベーション)

株式会社北洲（宮城県富谷市）

1. リフォームのプロセス

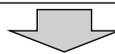
◎居住者：1人 **持ち家**

◎相談のきっかけ

- ・20代の施主が住むためにと両親が残してくれていた祖母の実家。空き家だったが猫と暮らすためにリフォームしたい。

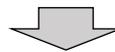
◎相談内容・ニーズ

- ・冬はとても寒く、夏は網戸にすると猫が脱走するため、猫が駆け回れる広さにして暖かくしたい。趣味の部屋も欲しい。



◎提案内容

- ・耐震上必要な壁は残しながら、猫が走り回れるLDKを提案した。
- ・趣味のプラモデルを工作する専用趣味室を設置。塗装のにおいがLDK側に出るのを防ぎ、安全のために猫が入れないようにしながらも趣味室を覗ける高窓を提案した。
- ・1階の半分にあたる生活空間（水回り、LDK、寝室）の部分断熱を提案した。
⇒断熱の提案、樹脂窓設置の提案、耐震工事の提案



◎実現したリフォーム工事の内容

- 改修部から構造補強を行うことで、家全体として上部構造評価1.0以上に改修
- 建物の1階の半分と2階はそのままの部分断熱
- 非改修部分との境界には断熱内ドアや内壁断熱を実施
- まだ20代で独身の主人が、将来を見据え住む人が増えたときのために、収納を多く計画
《省エネリフォームの内容》

- 生活空間の部分断熱の実施
- 冷暖房設備の更新
- 境界となる玄関に断熱扉を設置

◎補助金活用

- ・「先進的窓リノベ2024事業」「給湯省エネ2024事業」「子育てエコホーム支援事業」

◎施主の評価

- ・趣味の部屋で思いっきり趣味が出来ることや、猫が新しい家で遊ぶ様子を見るのが楽しみ。夏、外から出入りしたときに暑さを感じなかった。

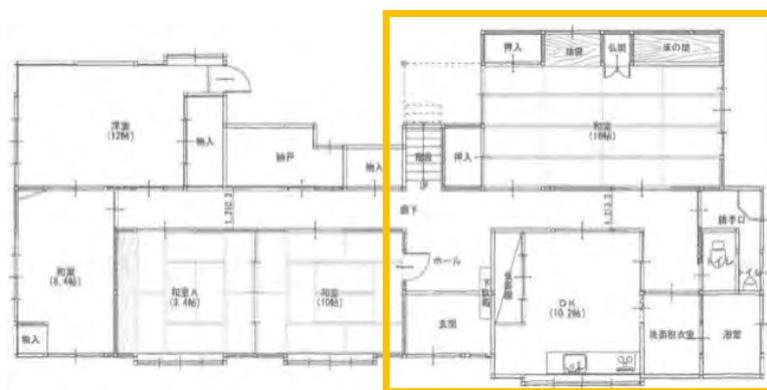
◎リフォーム後の動き〈効果〉

- ・良好な関係が続いている。

2. リフォーム・改修工事の概要

築年	1967年（築57年）	所在地	岩手県矢巾町
構造・工法	木造在来軸組	階数	2階建て
建て方	戸建	延べ面積	219.84㎡
施工面積	97.41㎡		
施工期間	2024（令和6）年2月～5月（83日）		
工事費	2,400万円		
性能向上項目	<ul style="list-style-type: none"> ■ 温熱性能 ■ 耐震性能（施工前Iw値：0.63）⇒（施工後Iw値：1.04） □ 耐久性能 □ 耐火性能 ■ バリアフリー性能 □ 防音/遮音性能 □ 防犯性能 □ 室内空気環境 		

①改修前（1階）



改修部分+部分断熱



改修前：外観



改修前：キッチン

②改修後（1階）



改修後：外観



改修後：LDK



改修後：階段室と1階既存につながる部分に断熱内ドア設置

②住宅全体のリフォーム事例

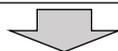
事例 E-1	1 階の温湿度環境を整えた、家族 5 人の住まい (マンションの住戸全体リフォーム～住宅全体の温熱環境の向上)
株式会社 Toivo (埼玉県さいたま市)	

1. リフォームのプロセス

◎居住者	： 5 人／夫婦＋子ども	マンション持ち家
------	--------------	-----------------

◎相談のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> ・1 階だが、周囲の地盤より低い位置にある実質地下 1 階の住戸で、冬の寒さと夏の不快な湿気がひどく、戸建てへの引っ越しも考えていた。
----------	---

◎相談内容・ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ・冬の寒さと夏の湿気の改善、さらにカビがない健康的な生活をしたい。 ・ものがあふれ、個人の居場所がなく、仲良しの家族が一同に集まれる場所もない。
-----------	---



◎提案内容	<ul style="list-style-type: none"> ・温熱環境改善のため、躯体への断熱施工とインナーサッシ施工を提案。全室空調システムで夏は天井から冷気、冬は床下に暖気を送り、さらに給気を誘導し高湿度な不快要因と過度な負圧を軽減する換気方式を提案した。 ・将来の暮らし方の変化に対応できるよう、可動家具で仕切る可変性のある間取りの提案。 →断熱工事・内窓の提案、全室空調システムの提案、整理収納アドバイザーのアドバイス
-------	--



◎実現したリフォーム工事の内容	<ul style="list-style-type: none"> ●コンクリート躯体 6 面（壁、床、天井）を断熱施工 ●内窓と断熱ブラインドを設置、土間と室内空間の間に断熱戸の設置（風除室） ●全室空調システムのエアコンで冷暖房をコントロール ●2 カ所の給気口からダクトで外気を誘導して高湿度な不快要因と過度な負圧を軽減する換気方式で温湿度の調整 《省エネルギーの内容》 <div style="border: 1px solid black; background-color: #ffe6e6; padding: 5px; margin-top: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ●住戸全体の断熱改修 ●冷暖房設備の更新、高効率給湯器へ更新 </div>
-----------------	---

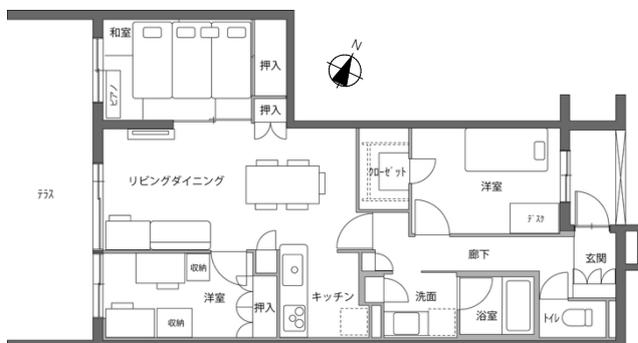
◎補助金活用	<ul style="list-style-type: none"> ・「こどもエコすまい支援事業」「先進的窓リノベ事業」
--------	--

◎施主の評価 <ul style="list-style-type: none"> ・冬は薄着で過ごし、夏は湿気がなくさらさらしており、快適になった。 ・家族が成長しても使いやすい可変性のある間取りでうれしい。 	◎リフォーム後の動き〈効果〉 <ul style="list-style-type: none"> ・リノベーション後も整理収納アドバイザーとのやりとりなどがある。
---	---

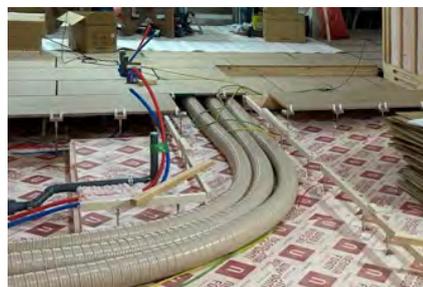
2. リフォーム・改修工事の概要

築年	2005年（築19年）	所在地	東京都練馬区
構造・工法	SRC造	階数	1階
建て方	共同住宅（持ち家）	延べ面積	78.2㎡
施工面積	78.2㎡		
施工期間	2024（令和6）年10月～2025（令和7）年2月（125日）		
工事費	2,650万円		
性能向上項目	<p>■温熱性能（施工前UA値：2.00）⇒（施工後UA値：0.32） （施工前ηAC値：2.2）⇒（施工後ηAC値：1.2） （施工前断熱性能3）⇒（施工後断熱性能6）</p> <p><input type="checkbox"/>耐震性能 <input type="checkbox"/>耐久性能 <input checked="" type="checkbox"/>防音/遮音性能</p> <p><input type="checkbox"/>耐火性能 <input type="checkbox"/>防犯性能</p> <p><input type="checkbox"/>バリアフリー性能 <input checked="" type="checkbox"/>室内空気環境</p>		

①改修前

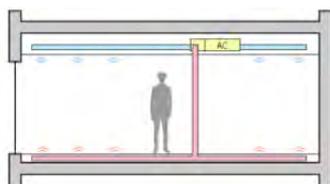


改修前・リビング



改修中・ダクトで暖気を床下へ

②改修後



全室空調システム
 夏は冷気を天井に、冬はダクトで暖気を床下に流す
 全室が床暖房の状態に



暖房は床下、冷房は天井付近のガラリから出す

③耐震診断・耐震のリフォーム事例

事例 F-1

季節の移ろいを日々感じる住まい
(住み継ぐリノベーション)

株式会社スペースマイン (奈良県大和郡山市)

1. リフォームのプロセス

◎居住者 : 6人/両親+夫婦+子ども(娘2人) **持ち家**

◎相談のきっかけ

- ・ライフステージが変わり、両親が高齢になり将来の介護を考えるとこのまま住み続けるのは難しく、娘も大きくなり駐車場のスペースも確保したいと考えた。

◎相談内容・ニーズ

- ・子どもがこの家が好きで結婚してもこの家に住みたい。
- ・安心して住み継げるように、耐震性能や断熱性能も上げたい。

◎提案内容

- ・スケルトンにし、減築や基礎をやり直すことで耐震性能向上。
 - ・100年の歴史ある梁や柱を活用し、3世代が快適に過ごせるよう現代の暮らしにあった間取りを提案した。
- ⇒断熱の提案、樹脂窓設置の提案、耐震工事の提案

◎実現したリフォーム工事の内容

- 元々の土壁が持つ厚さに加えて断熱材を施し住宅全体の断熱改修、開口部の樹脂窓設置
 - 駐車場確保のための減築(延床面積 223.3㎡→204.23㎡)
 - 基礎をやり直し、屋根を軽い部材に替え耐震性能向上(耐震等級2)
 - 冷暖房設備の更新、高効率給湯器への更新
 - 玄関の土間に床板を張って、梁や柱を活かした屋根まで吹き抜けの広い玄関ホールへ
 - 和室を取り巻く外廊下に断熱サッシを設置して室内空間に
 - 小屋裏にも断熱を施し居室のように利用
- 《省エネリフォームの内容》

- 住宅全体の断熱化(断熱等級5を達成)
- 冷暖房設備の更新、高効率給湯器へ更新

◎補助金活用

- ・「グリーン住宅ポイント制度」、所得税・固定資産税減税

◎施主の評価

・冬の寒さを全く感じなくなった。冬はエアコンをほとんど使わず、リビングの床暖房だけで暖かい。夏の暑さは、軒を伸ばしているため直射日光が入らず、エアコン1台で充分効いている。2台稼働させるのは夏の暑さのピークの時だけである。江戸時代から令和にタイムスリップしたみたい。

◎リフォーム後の動き(効果)

・取材を受けてもらったり、住み心地を紹介してもらったり良好な関係が続いている。

2. リフォーム・改修工事の概要

築年	1910年頃（築110年）	所在地	奈良県大和郡山市
構造・工法	木造在来軸組	階数	2階建て
建て方	戸建	延べ面積	223.3㎡→204.23㎡（減築）
施工面積	204.23㎡		
施工期間	2021（令和3）年12月～2022（令和4）5月（180日）		
工事費	4,500万円		
性能向上項目	<ul style="list-style-type: none"> ■ 温熱性能（施工前UA値：2.97）⇒（施工後UA値：0.60） ■ 耐震性能（施工前Iw値：0.06）⇒（施工後Iw値：1.22） ■ 耐久性能 ■ 耐火性能 ■ バリアフリー性能 ■ 防音/遮音性能 ■ 防犯性能 ■ 室内空気環境 		

①改修前（1階）



改修前



改修中

②改修後（1階）



改修後・吹き抜けの玄関



改修後・LDK

事例 F-2

「伊都の家」三世代で暮らす実家リノベーション

(耐震診断・耐震リフォーム～建物に関する不安の解消と併せた暮らし提案)

エコワークス株式会社 (福岡市博多区)

1. リフォームのプロセス

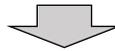
◎居住者 : 三世帯 6人 **持ち家**

◎相談のきっかけ

- ・実家を引き継ぐため、両親と施主の兄と話し合い、両親と一緒に暮らすことに決めた。
- ・施主の同僚からエコワークスを紹介され、実家リノベ勉強会に申し込みモデルハウスに来場。

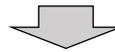
◎相談内容・ニーズ

- ・寒い実家を暖かい家にして、性能向上をすることでランニングコストも下げたい。
- ・二世帯住宅を前提に増築したい。



◎提案内容

- ・基礎断熱をして床暖房と床下エアコンで全館空調、太陽光を搭載しエネルギーを自給。
 - ・延べ床面積 87.77 m²から 104.33 m²に増築。
- ⇒基礎断熱の提案、ハイブリッド窓設置の提案、太陽光搭載の提案、耐震工事の提案



◎実現したリフォーム工事の内容

- 外皮性能基準 UA 値 0.45、BEI 値 0.26 (74%削減) へ
- 屋根を片流勾配屋根とし、太陽光 8.16Kw を搭載し ZEH 仕様に
- 基礎補強、基礎断熱し高気密・高断熱だからできる「床下エアコン」を採用
- 認定長期優良住宅を取得し、孫の代まで住み継いでいける家に

《省エネルギーの内容》

- 住宅全体の断熱化 (基礎断熱、充填断熱、アルミと樹脂のハイブリッド窓設置)
- 冷暖房設備の更新、高効率給湯器へ更新
- 太陽光発電システム導入



BELS 評価書

◎補助金活用

- ・「長期優良住宅化リフォーム推進事業 [認定長期優良型]」

◎施主の評価

- ・施工前の同じ月との比較で光熱費が 26,000 円から 6,000 円となった。8,000 円の売電があり、ゼロエネルギーで暖かい暮らしが実現した。太陽光の発電モニターを見るのが楽しみ。

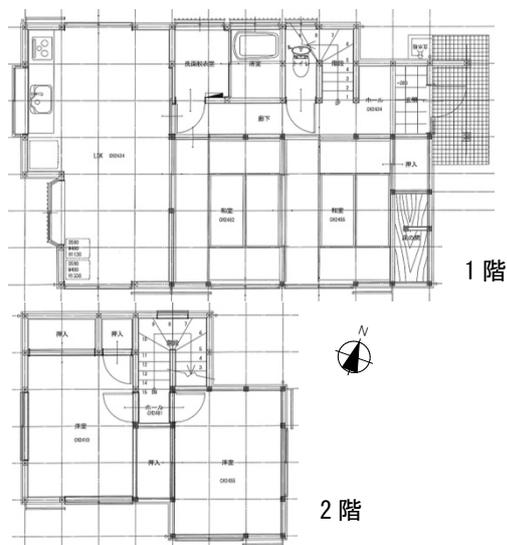
◎リフォーム後の動き (効果)

- ・継続的に連絡をしている関係。
- ・入居宅見学会やバスツアー等のイベントへのご協力を頂いている。
- ・住まいにも満足いただけて良好な関係が続いている。

2. リフォーム・改修工事の概要

築年	1984年（築40年）	所在地	福岡県糸島市
構造・工法	木造在来軸組	階数	2階建て
建て方	戸建（持ち家）	延べ面積	87.77㎡→104.33㎡（増築）
施工面積	104.33㎡		
施工期間	2023（令和5）年9月～3月（180日）		
工事費	3,663万円		
性能向上項目	<ul style="list-style-type: none"> ■ 温熱性能（施工後UA値：0.45） ■ 耐震性能（施工前Iw値：0.8）⇒（施工後Iw値：1.89） ■ 耐久性能 ■ 耐火性能 ■ バリアフリー性能 ■ 防音/遮音性能 ■ 防犯性能 ■ 室内空気環境 		

①改修前



改修前・外観

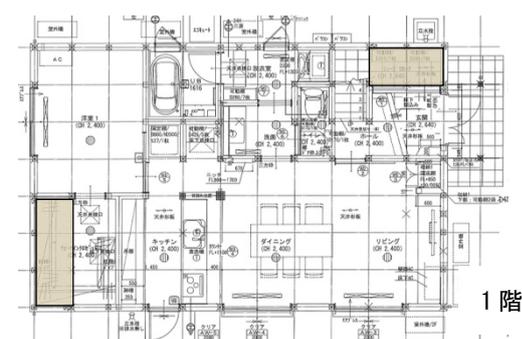


耐震補強工事



高性能グラスウール

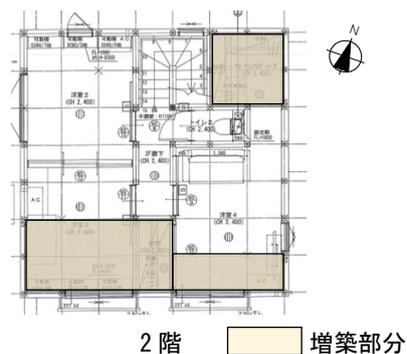
②改修後



外壁通気構造化工事



基礎補強



2階 増築部分



改修後・外観



床下エアコン吹き出し口

第4章 本年度調査の到達点と今後の検討課題

(1) 本年度調査の到達点

本年度調査においては、次の2つのテーマについて、断熱化を中心とした省エネリフォームを推進する6つの事業者を対象にヒアリング調査を行った。

過年度からの 継続

過年度からの 継続

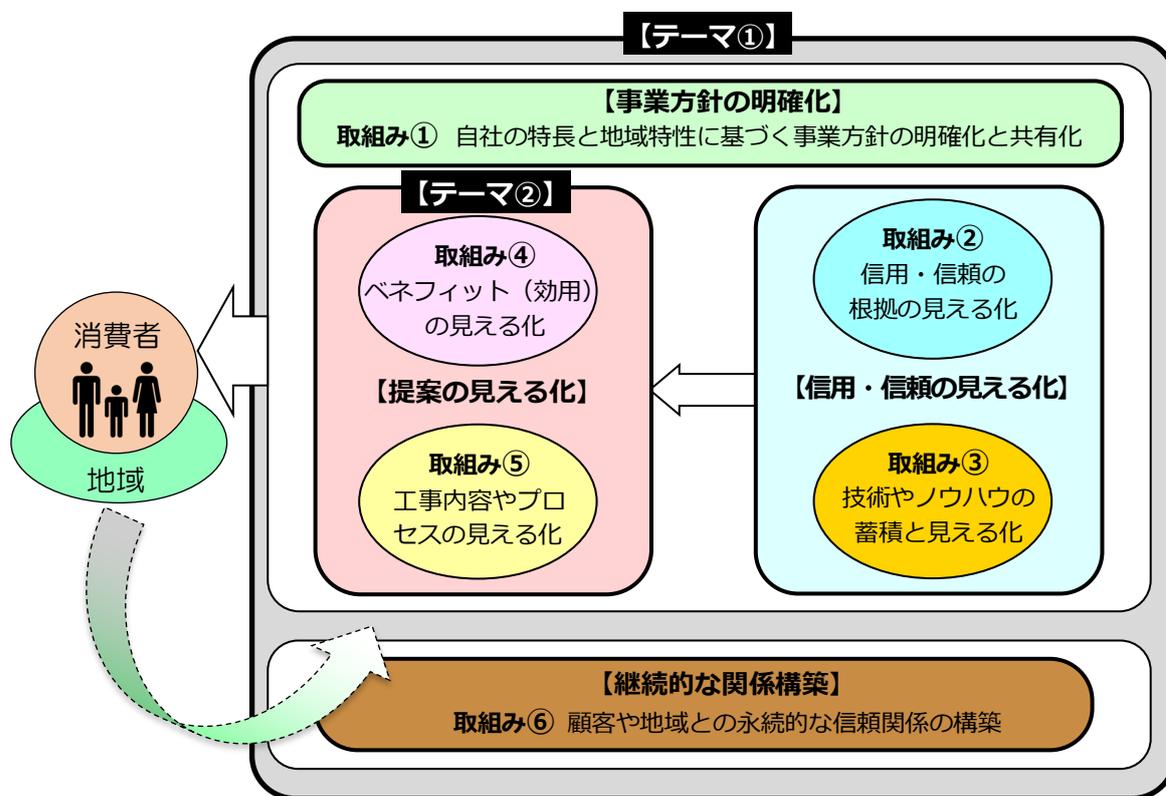
【テーマ①】 住宅の長寿命化に資する先進的なビジネスモデル

【テーマ②】 カーボンニュートラル実現に向けたリフォーム事例

ビジネスモデルの収集

リフォーム事例の収集

■ リフォームの推進に向けた事業者等による取組みのフレーム《6つの取組み》



ヒアリング調査の結果、次の事項が確認できた。

【テーマ①】については、本年度調査により収集した各事業者の取組みは、断熱リフォームを推進する事業者の《6つの取組み》に整理することができた。また、取組みの具体的な内容については他の事業者の参考になると考えられる知見、情報が多く得られた。

本年度調査により整理した《6つの取組み》から見えてきた視点と具体的な取組みについて次に示す。

○省エネリフォームに関心の高い顧客を集客

- ・事業方針を明確にもち、方針に沿った顧客を集客するため SNS 等のコンテンツを適切に活用した結果、断熱リフォームに関心の高い層を集客できている。

○断熱化によるベネフィット（効用）の体感・見える化

- ・モデルハウスや完成見学会で体感したり、断熱診断の数値で性能を確認したりすることで、顧客への断熱リフォームの理解を促進できている。

○社内にとどまらない人材育成

- ・協力事業者の人材育成とともに同業者への支援にも取り組み、技術の底上げを図っている。

○顧客の予算等に対応するための複数の断熱化手法の提案

- ・省エネ改修に対して準備する資金が高くないケースを踏まえ、生活空間だけの部分断熱改修等、複数の提案を実施している。

【テーマ②】については、消費者の省エネに対する意識が高まる中で、カーボンニュートラル実現を目指したリフォームの普及促進を図るためには、消費者の住まいに対する不安・不満を的確に捉え、住宅の条件・リフォーム工事に対する制約や予算に応じて、柔軟にリフォーム提案を重ねていくプロセスが重要であることが把握された。

また、次に挙げるリフォームのパターンのうち、本年度は、D：生活空間のリフォーム、E：住宅全体のリフォーム、F：耐震診断・耐震リフォーム、α：省エネ住宅設備等の提案について、施主への提案方法や施工技術、ノウハウの蓄積の方法等に関する知見や方法等を確認できた。

■リフォームのニーズ・きっかけ

A：外壁リフォーム（外壁の塗り直しなど）

B：屋根リフォーム（屋根の補修など）

C：水回り空間のリフォーム（トイレ・ユニットバス等の交換など）

本年度確認できたプロセス

D：生活空間のリフォーム（高齢期の生活への不安の解消など）

E：住宅全体のリフォーム（住宅全体の温熱環境の向上）

F：耐震診断・耐震リフォーム（建物に関する不安の解消と併せた暮らし提案）

α：省エネ住宅設備機器等の提案

(2) 今後の検討課題

《6つの取組み》の再整理・更新

本年度の調査では、カーボンニュートラル実現に向けた脱炭素リフォームを含む住宅の長寿命化に資するリフォームの実態を把握することができた。

引き続き、先進的なリフォームを実践している事業者への調査を通し、住宅を取り巻く様々な社会課題の解決に積極的に取り組む事業内容等を分析することにより、他の事業者にも参考と

なる情報として提供していくことが求められる。《6つの取組み》においては、消費者ニーズや社会情勢の変化等に応じて、各取組みを実態に即した再整理・更新をしていくことも求められる。

新たな「住生活基本計画（全国計画）」の策定のための中間とりまとめの視点

2026（令和8）年3月を目途に予定されている新たな「住生活基本計画（全国計画）」の策定に向けて、中間とりまとめが2025（令和7）年11月に公表された。2050年の社会経済情勢等を見据えながら、住生活をめぐる状況の変化や住生活基本計画に基づく主な施策の取組状況、並びに3つの視点（「住まうヒトの視点」、「住まうモノの視点」、「住まいを支えるプレイヤーの視点」）に関する個別論点などが議論され、課題や方向性、施策のイメージ、留意点等が中間的に整理されている。

これらの議論の背景には、既存住宅の多くが、耐震や省エネ、バリアフリーなどの性能を満たしていない現状がある。また、新築住宅は減少傾向にあるため、今後は、既存住宅の性能向上リフォームが良質なストックを形成していく中核を担うことが求められる。さらに、2030年までに省エネ基準をZEH水準へ引き上げる方針が示されており、新築だけではなく、既存住宅の省エネリフォームの拡大が不可欠である。

今後の検討課題

上記を踏まえ、以下の事項についてさらなる調査を行い、事業者への情報提供の充実を図ることを今後の検討課題とする。

- ・耐震性や温熱環境、レジリエンス、防犯、高齢者や子育て世帯等への対応など、多様な性能及び安全・安心の向上に資する取組み
- ・省エネ性能ラベルの普及促進等を通じた、価値の見える化に関する取組み
- ・既存住宅流通や空き家活用における良質なストック形成の観点からのリフォームの推進
- ・リフォームを担う人材の育成及び確保に向けた取組み など

令和 7 年度 住宅の長寿命化リフォームを含めた様々なリフォームの推進にむけて事業者等
が取り組むべき具体的な内容や実際の取組み事例の収集・分析業務

－ リフォームの推進にむけて事業者等が取り組むべき具体的な内容や実際の取組み事例 －
報告書

令和 8 年 2 月発行

一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会