

「長寿命化リフォーム」～住まいと暮らしの充実～
【事業者向けセミナー】

第1部

リフォーム事業者にとって大切な “6つの取組み”

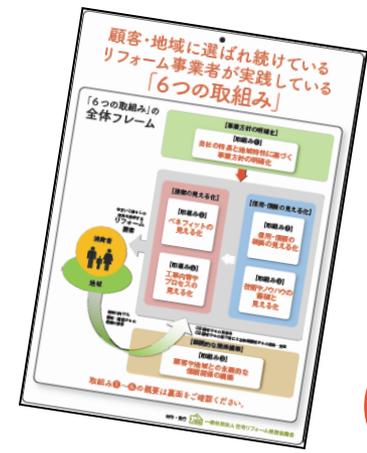
～顧客・地域に選ばれ続けるために～



使用テキスト



持ち帰りツール



「6つの取組み」とは何か



私どもはこれまで10年にわたって全国各地の事業者に対してヒアリング調査等を行い、取組みやノウハウについての情報収集を行ってきました。

その活動を丹念に比較・分析していくと、顧客や地域から選ばれ続けている事業者には、日々実践している内容に共通点のあることが分かってきました。

本書のテーマである「6つの取組み」は、こうした事業者が実際に現場で取り組んできた活動の、共通点について整理したものです。これは、業種や業態、地域や市場、事業者の規模等が違えども共通する取組みであり、すぐに役立つヒント集ともいえます。

第1部

リフォーム事業者にとって大切な“6つの取組み”
～顧客・地域に選ばれ続けるために～

第1章【→テキストP5-28】

リフォーム事業者にとって 大切な“6つの取組み”

第2章【→テキストP29-61】

地域・顧客に選ばれ続ける 8事業者の取組み事例

第1章、2章に分けてご説明いたします。



本日のセミナーの流れ

テキスト
P.4

まず、「6つの取組み」の
全体イメージをつかんでください。

(テキスト 第1章 P6-7)

「取組み①」～「取組み⑥」について、
基本的な考え方を理解するとともに、
各項最後の「チェックシート」を基に、自社の状況や
課題・検討事項等を整理していきましょう。

(テキスト 第1章 P8-28)

全国8事業者の取組み事例を参照し、
自社に活かせそうな取組みやアイデア等を見つけてください。

(テキスト 第2章 P29-61)

セミナー受講後、他の社員と一緒に
「6つの取組み」について今一度じっくりと検討し、
事業方針や取組みを定め、実施していきましょう。

(本誌のほか、別紙の「6つの取組み【お持ち帰りツール】」もご活用ください)

セミナー内で確認し、
その後自社でも
読み返してください。

自社に戻られた後、
他の社員と一緒に
再検討してください。

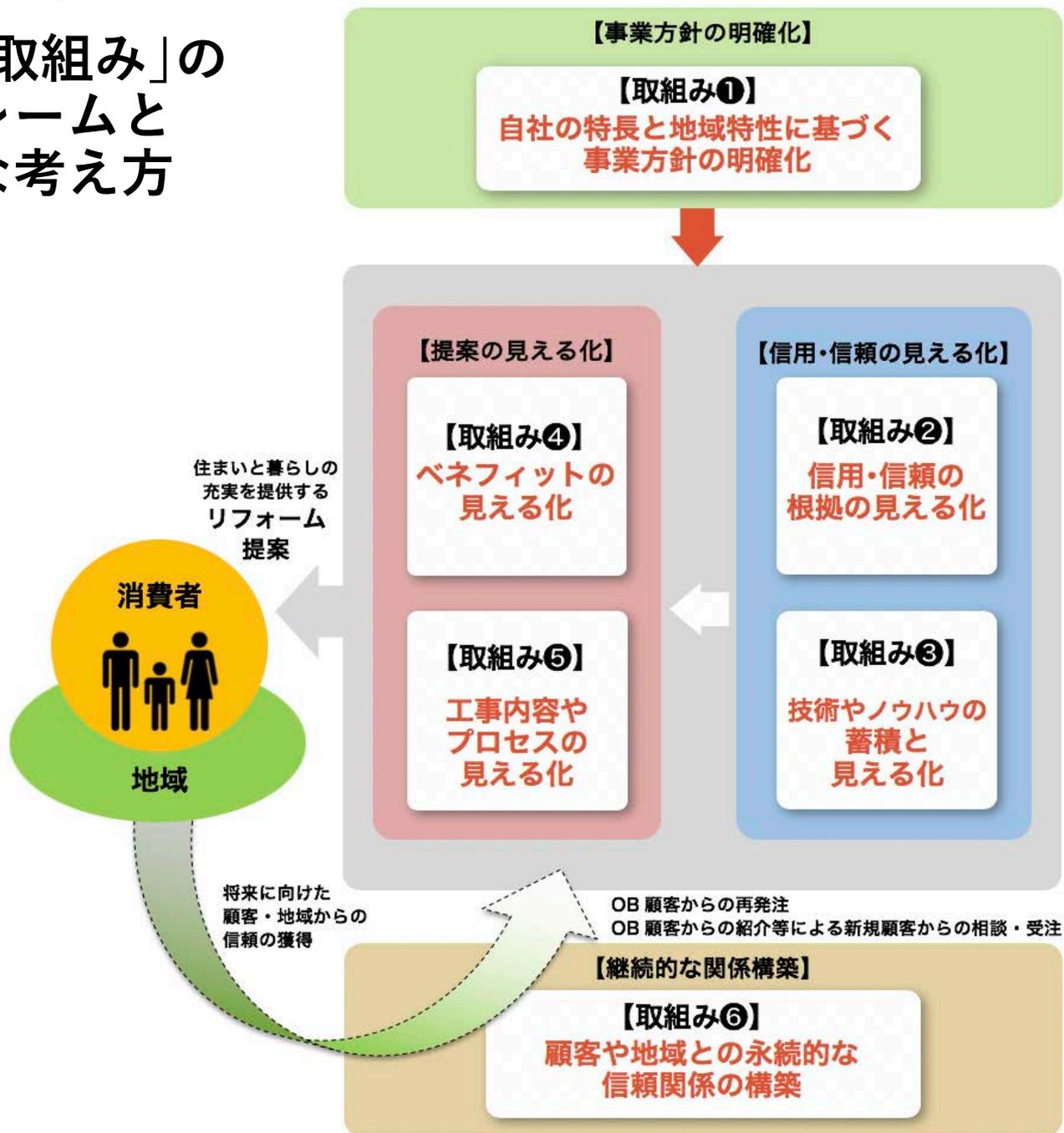
第1章

リフォーム事業者にとって 大切な“6つの取組み”

第1章では、
「6つの取組み」の概要についてご紹介いたします。

「6つの取組み」の 全体フレームと 基本的な考え方

テキスト
P.6



「6つの取組み」の基本的な考え方

テキスト
P.7



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
「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することが大切です。この事業方針の明確化が、全ての出発点になります。

*取組み①の事業方針に基づき、取組み②～⑥の内容について検討し、実行に移します。

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
「わが社は信用できます」「信頼して任せてください」と口で言ってもお客様は信用・信頼してくれません。国などの公的なお墨付きやOB顧客からの評価など、信用・信頼の裏付けとなる客観的な根拠を蓄え、見える形でお客様に示すことが大切です。

【取組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化
自社が提案するリフォームを実現させるために、調査・診断力をはじめ、設計やプランの提案力、正しく形にできる施工力、資金などに関する相談能力など、リフォームに必要な技術・ノウハウを蓄積し、アピールすることが、より高い信頼につながります。

提案の見える化

【取組み④】 ベネフィットの見える化
お客様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す。住まいや暮らしへの不満やニーズを引き出したうえで、建物の現状性能も示しながら、リフォームでどのようなベネフィット(効用)が得られるかを、お客様に見える形で示していくことが大切です。

【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化
提案するリフォーム工事の内容を十分に理解・納得してもらうことが、顧客からの信頼につながります。そのために、リフォームがどのように行われるのか、その工事がなぜ必要なのか、コストは妥当なのか等について、丁寧に説明することが大切です。

継続的な
関係構築

【取組み⑥】 顧客や地域との持続的な信頼関係の構築
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ります。定期訪問のほか、住まい手の困りごとをサポートできる体制・関係づくりなど、OB顧客や地域と持続的な関係をつくるための取組みが大切です。

【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

[基本的な考え方]

「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することが大切です。この事業方針の明確化が、**全ての出発点**になります。

[具体的な検討ポイント]

- i) 自社の専門分野を明確にする (= 「どのようなリフォーム」を)
- ii) 対象とする地域を定め、その特性を把握する
(= 「どのような地域」で)
- iii) 自社の特長を確認する (= 「どのような特長」を活かし)
- iv) めざす姿を明確にする (= 「どのような事業者」になりたいのか)

* 上記 i) ii) iii) iv) を合わせたものが「事業方針」の基本形になります。

【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

テキスト

P.11

i)～iv)の検討ポイントの具体例として、
実際の事業者の「事業方針」をいくつかご紹介します。

事業方針の設定例

【リフォーム専門店・専門工事店の例①】

- i) 専門分野：ガス・水道工事業を基本としつつ、
性能向上リフォームも提供し、
- ii) 地域特性：戸建住宅が多い、車で30分圏内に業務エリアを限定して、
- iii) 特長：公的なセミナーの開催によって信用・信頼を得つつ、
- iv) めざす姿：地域密着型の総合リフォーム事業者となる

【リフォーム専門店・専門工事店の例②】

- i) 専門分野：デザイン性の高いリフォームを武器に、
- ii) 地域特性：新興ニュータウン内の分譲マンションに対象を限定して、
- iii) 特長：エリア内にモデルルームを置くなど地域密着型の対応で、
- iv) めざす姿：修繕・メンテナンス・リフォームと
長期にわたる関係性を築いていく



【工務店の例①】

- i) 専門分野：耐震・断熱などの性能向上リフォームを、
- ii) 地域特性：現行基準を満たさない戸建てストックの多い〇〇市を中心に車で45分圏内を業務エリアに絞り、
- iii) 特長：建物1棟を請け負える高い技術力を強みとして、
- iv) めざす姿：新築住宅の建築を柱としつつ、リフォーム事業も展開していく

【工務店の例②】

- i) 専門分野：新築業務で培ったメンテナンス・維持管理の技術やサービスを活かして、
- ii) 地域特性：大都市近郊の新築需要が高い〇〇市を中心に自社から約30km圏内を業務エリアとして、
- iii) 特長：他社施工を含む、新築～築浅住宅の維持管理サービスを提供することで、
- iv) めざす姿：維持管理・リフォーム・不動産仲介等、総合的に事業展開していく

【取組み①】は全ての出発点になる大切な取組みです。
次ページから実際に検討し策定してみましょう。



【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 チェックシートの使い方

テキスト
P.9

① 確認・検討ポイントを参考にしてください。

*既に事業方針を策定されている事業者も、今一度ご確認・ご検討ください。

*事業方針は社員全員で共有化したい大切なものです。担当者の方も経営者になったつもりで考えてみてください。

テーマ	項目	確認・検討ポイント
i) 自社の専門分野を 明確にする	取り扱う 工事領域・分野、性能等	<ul style="list-style-type: none"> 建築一式など総合的に工事を請け負うか、核となる専門工事の領域・分野を設けるか 専門領域・分野をどこに置くか（屋根・外装、内装、塗装、設備、配管等） 主に取り扱う部位はどこか 性能向上リフォームへの対応や範囲の確認（耐久性、耐震性、断熱性、バリアフリー） 構造部への対応（躯体に手を入れる、増築・減築に対応する、また対応する工法等）
	<p>上記を参考に、自社の専門分野を書き出してみましよう。 (現段階の分野でも、これからめざしたい分野でも構いません)</p>	

② 自社の専門分野を書き出してみましよう

*書き切れず、空白があっても構いません。

*取組み②～⑥や第2章の取組み事例を確認した後、今一度【取組み①】に戻って再検討してください。

*事業方針は、時間の経過や事業の発展等に応じて、適宜見直しましょう。



【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

テキスト
P.9

チェックシートの使い方

ii) 対象とする 地域を定め、 その地域の特性を 把握する	業務エリアの設定		<ul style="list-style-type: none"> 主たる業務エリアをどこにするか (市内、半径5km以内、車で1時間圏内、他)
	ii) - ① 上記を参考に、自社の業務エリアを設定しましょう。		
	社会的な 特性	自然環境	<ul style="list-style-type: none"> 気候の特徴(寒冷地域、温暖地域、蒸暑地域…) 地震が多い地域か、風害が多い地域か
		エリア規模や 施主の特性	<ul style="list-style-type: none"> 対象とするエリアの人口や世帯数はどの程度か 家族数や施主の年代・世代等、住まい手にどのような特性があるか(核家族、多世代家族など)
		住まい方や 住まいへのニーズ	<ul style="list-style-type: none"> 地域特性や文化に基づく住まい方の特徴 住まい手が求める住宅性能や間取り、好み、こだわりはどのようなものか
	経済的な 特性	敷地や住宅の状況	<ul style="list-style-type: none"> エリア内の住宅ストックの特徴を確認する (戸建/集合住宅の割合、築年の傾向、広さなど) 敷地や立地環境面での特徴を確認する
		住み方の特性・傾向	<ul style="list-style-type: none"> 新築・リフォーム・建替え・住み替え・空き家対策等、どこに需要があるか 住まい手の資産や貯蓄等の傾向・特性
	技術的な 特性	必要な性能・技術	<ul style="list-style-type: none"> 地域や住まい方に応じた住まいをつくるうえで必要な性能や工法、仕様、ノウハウなど
	政治的な 特性	行政の対応等	<ul style="list-style-type: none"> リフォームや性能向上等、行政が住宅に対して積極的に支援を行っているか
	ii) - ② 上記を参考に、業務エリアの特性や特徴等を書き出してみましょう。		

③ 自社の
業務エリアを
設定しましょう。

④ 確認・検討ポ
イントを参考に設
定したエリアの
特性を書き出し
てみましょう。
キーワードだけ
でもOKです。

チェックシートの使い方

⑤確認・検討ポイントを参考にしてください。

iii) 自社の特長を 確認する	人的な強み	<ul style="list-style-type: none">社内スタッフの人的な強みの確認（営業が多い、設計士やインスペクターがいる、専門性の高い技術や資格を持つ、自社大工を持つ、多能工で生産性の高い職人がある、ヒアリングの得意な女性スタッフがいる、アフターサービス専門スタッフがいる、資金計画を相談できるFPがいる、他）社員や外部協力会社・職人等有する職能や資格の確認
	技術・サービス面における強み	<ul style="list-style-type: none">リフォームにおける得意な工法、技術、ノウハウ等（耐震改修に強い、バリアフリーが得意、外断熱が武器、他）リフォーム以外で得意とする分野やサービス（インテリアコーディネート、家具販売、不動産仲介、FP、他）
	経営資源的な強み	<ul style="list-style-type: none">自社のインフラ面における強み（支店がある、ショールームがある、仮住まい部屋がある、他）広告や宣伝等、発信力における強み（インターネットの充実、ちらしや情報誌の定期発刊、セミナーやイベント等を開催できる、他） など
	その他の特長・強み・こだわり	<ul style="list-style-type: none">その他の特長・強み・こだわり（地域産材・無垢材・自然素材・集成材の活用、メーカーブランドやグレード、造作対応、手作業、湿式工法、他）
上記を参考に、自社の武器や特長となりそうな要素を挙げてみましょう		

⑥ 自社の武器や特長になりそうな要素を挙げていきましょう。
キーワードだけでもOKです。

チェックシートの使い方

iv) めざす姿を 明確にする	なりたい事業者像	・ 自社のなりたい事業者像（地域密着でサポート力を高める、建物調査や診断をもとに性能向上リフォームを提供する、設備更新だけでなく暮らし向上リフォームを提案する、維持管理サービスで地域の町医者をめざす、など）
	上記を参考に、めざす姿（＝なりたい事業者像）を設定しましょう	

⑦確認・検討ポイントを参考に、なりたい事業者像を設定しましょう。キーワードだけでもOKです。

*顧客・地域に選ばれ続けている事業者は、めざす姿（＝なりたい事業者像）をととても大切にしています。



チェックシートの使い方

事業方針 (i~ivの合体)	i) 専門分野
	ii) 地域特性 (①業務エリア、②業務エリアの特性)
	iii) 特長
	iv) めざす姿

⑧ i) ~iv) を転記し合体すると、事業方針になります。

*書き切れず、空白があっても構いません。

*取組み②~⑥や第2章の取組み事例を確認した後、今一度【取組み①】に戻って再検討してください。

*事業方針は、時間の経過や事業の発展等に応じて、適宜見直しましょう。

【取組み②】

信用・信頼の根拠の見える化

[基本的な考え方]

「わが社は信用できます」「信頼して任せてください」と口で言ってもお客様は信用・信頼してくれません。国などの公的なお墨付きやOB顧客からの評価など、信用・信頼の裏付けとなる客観的な根拠を蓄え、見える形でお客様に示すことが大切です。

[具体的な検討ポイント]

- 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) HPを開設し、自社の理念・コンセプトや事例・口コミ等を蓄積し、発信する
- iv) 自社が提供するリフォームに有効な資格を有するスタッフがいることを示す

[検討ポイント]の詳細説明

【取組み②】
信用・信頼の根拠の見える化

[具体的な検討ポイント]

i) 建築やリフォームに関する法令を遵守する

リフォーム業界におけるコンプライアンスの例

「建築技術」に対するもの

- ・ 建築基準法
- ・ 消防法
- ・ 品確法
- ・ バリアフリー新法

など

「企業経営」に関するもの

- ・ 建設業法
- ・ 労働基準法
- ・ 廃棄物処理法

など

【取組み②】
信用・信頼の根拠の見える化

[具体的な検討ポイント]

ii) 公的な許可や団体登録等の状況を示す

公的なお墨付きを示す方法例

① 建設業の許可の取得

② 「住宅リフォーム事業者団体登録制度」に基づく
住宅リフォーム事業者団体への入会・所属



③ 地方公共団体のリフォーム関連の制度等への登録

④ 「住宅瑕疵担保責任法人」への登録と活用



【取組み②】
信用・信頼の根拠の見える化

【具体的な検討ポイント】

iii) HP を開設し、自社の理念・コンセプトや事例・口コミ等を蓄積し、発信する

- ① 自社HPからの情報発信
- ② 公的機関が運営するポータルサイトへの登録

自社HP等（自らの発信）

- ・ 自社HP
- ・ Facebook、Instagram等のSNS



など

ポータルサイトへの登録

- ・ リフォームポータルサイト（民間）
- ・ 「リフォーム評価ナビ」（公的機関）



口コミで見つかる、理想のリフォーム会社

リフォーム評価ナビ など

【取組み②】
信用・信頼の根拠の見える化

[具体的な検討ポイント]

iv) 自社が提供するリフォームに有効な資格を有するスタッフがいることを示す

リフォーム事業に有効な資格例

企画計画関連	<ul style="list-style-type: none"> ・ 建築士（一級、二級、木造） ・ マンションリフォームマネジャー ・ インテリアコーディネーター 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 増改築相談員 <p>など</p>
施工関連 (建築施工関連)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 建築技能士 ・ 塗装技能士 ・ 足場の組立等作業主任者 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 表装技能士 <p>など</p>
施工関連 (設備施工関連)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 管工事施工管理技士 ・ 電気工事士 ・ 施工管理技士（一級、二級） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 建築配管技能士 ・ 消防設備士 <p>など</p>
不動産取引関連	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宅建士 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存住宅状況調査技術者など
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 福祉住環境コーディネーター ・ ファイナンシャルプランナー（FP） 	<p>など</p>

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

[基本的な考え方]

自社が提案するリフォームを実現させるために、調査・診断力をはじめ、設計やプランの提案力、正しく形にできる施工力、資金などに関する相談能力など、リフォームに必要な技術・ノウハウを蓄積し、アピールすることが、より高い信頼につながります。

[具体的な検討ポイント]

- 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) 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※欲を言えば

▼ [検討ポイント] の詳細説明

【取組み③】
技術やノウハウの蓄積と見える化

【具体的な検討ポイント】

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

設計力やコーディネート力も大切ですが、例えば

- ・ 現地調査をもとに平面図、配管図、配線図などを作成できる
- ・ 設備機器の老朽・劣化具合や耐用年数等に応じてリフォーム提案ができる

など、現場での実践的な対応力も大切です。

【取組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化

[具体的な検討ポイント]

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

→ 自社スタッフの施工技術を高めるとともに、専門工事業者や職人・大工等、外部協力会社や個人との連携も必要です。

[具体的な検討ポイント]

iii) 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※欲を言えば

→ どんなによいリフォーム提案でも、資金的な裏付けや安心感があって、初めて契約につながります。

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

会社にお帰りになってから
確認してみてください。

テキスト
P.17

チェックシートの使い方

現状出来ているものにチェック☑したうえで、今後必要な取組みを見つけましょう。

テーマ	確認・検討事項
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	<p>(☑ 自社で保有する技術やサービス等についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 現地調査をもとに平面図、配管図、配線図などを作成できる (推測できる)<input type="checkbox"/> 現地調査の際、確認できない部位の劣化・老朽リスク等を推測できる<input type="checkbox"/> 機器の老朽度や耐用年数等に応じて、必要な設備更新やリフォームを提示できる<input type="checkbox"/> 単なる設備更新に留まらず、間取り変更等に対応・提案できる<input type="checkbox"/> 設計力に加えて、空間イメージを高めるコーディネート力も保有している<input type="checkbox"/> 技術や資格取得のために、セミナー・勉強会等に参加している<input type="checkbox"/> 基盤業務以外の部位や性能に関しても、知識やノウハウの獲得に努めている <p>(性能向上に関する技術についても確認しましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 耐震診断・耐震補強の技術等<input type="checkbox"/> 断熱リフォーム・省エネリフォーム等の技術等<input type="checkbox"/> バリアフリーリフォームの技術等<input type="checkbox"/> 躯体や基礎等の耐久性に関する調査・設計技術 <p>・ その他、自社に不足している技術、必要な技術について確認・検討する</p> <p>上記を参考に、自社に必要な技術等を確認・検討しましょう</p>

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	<p>(☑ 施工体制についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 設計図面に基づき、正しく施工できるスタッフや職人を確保できている<input type="checkbox"/> 専門工事業者等、外部協力会社との連携体制を確保できている<input type="checkbox"/> 耐久・耐震・断熱改修など、性能向上リフォームを正しく施工できる施工技術や施工体制を有している<input type="checkbox"/> 生産性の高い多能工を確保・育成できている<input type="checkbox"/> (工務店)「墨付け」「手刻み」など、新築工事において必ずしも必要としない技術を保有している <p>上記を参考に、施工面で今後強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
	<p>(☑ 自社の現在の対応力についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 資金計画について、無理がないか検討・判断・提示できる<input type="checkbox"/> 顧客の要望に応じてリフォームローン等の提案ができる<input type="checkbox"/> 国や自治体等の補助・優遇制度等について、必要に応じて提案できる<input type="checkbox"/> リフォームの減税制度を顧客に説明でき、活用できる <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>

* チェック項目数を増やすことが目的ではありません。

【取組み①】の事業方針を実現するために、
必要な取組みを見つけることが目的です。

提案の
見える化

【取組み④】

ベネフィットの見える化

[基本的な考え方]

お客様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す。住まいや暮らしへの不満やニーズを引き出したうえで、建物の現状性能も示しながら、リフォームでどのようなベネフィット(効用)が得られるかを、お客様に見える形で示していくことが大切です。

[具体的な検討ポイント]

- 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性能や空間イメージ、効用等を具体的に示す※欲を言えば
- iv) 一般消費者のリフォームに対する知識・理解を高める
※欲を言えば

▼ [検討ポイント] の詳細説明

【取組み④】 ベネフィットの見える化

【具体的な検討ポイント】

i) 住まい・暮らしに対する潜在的なニーズを引き出す

- ・ヒアリングシートに基づく意向の確認
- ・ヒアリング上手な女性スタッフの起用

などによって、お客様の現状の住まい・暮らしに対する評価や不満等を徹底的に把握することが大切です。

 お客様アンケート

私達は「お客様のニーズを理解し、お客様が満足する住空間を提供し続ける」ことを経営理念としており、ぜひこの機会にお時間を頂戴し、「お客様アンケート」のご記入にご協力頂きたくお願い申し上げます。お客様のご意見をより多く頂戴し、より素敵な商品をお客様に提案できるようスタッフ一同邁進いたします。

記入日： 平成 年 月 日

氏名	(姓)	同居家族 (PET含む)	続柄	年齢
住所				
連絡先				
携帯				
Eメール				
勤務先				

本日より開始した個人情報は株式会社ビッグアイ及び株式会社エイアンドエスにてリフォームに関する最新情報のご案内等に利用いたします。また、私たちは個人情報保護に関する法令等を遵守・尊重し、適正に取り扱いと保証いたします。

●お問い合わせのきっかけを教えてください。

ご紹介 (様) 車を見かけた チラシ

ホームページ・SNS 各種団体・他 ()

●リフォームを検討してるところに印をお願いします。

玄関 床・壁・天井・照明・収納・ドア

廊下 床・壁・天井・照明・収納・ドア

LD 床・壁・天井・間仕切変更・照明・収納・ドア

洋室1 床・壁・天井・照明・収納・ドア

洋室2 床・壁・天井・照明・収納・ドア

和室 床・壁・天井・照明・収納・ドア

キッチン キッチン交換・床・内装(壁・天井)・照明・収納

洗面所 床・壁・天井・照明・収納・防水パン・水栓・7ヶ所

風呂 丸ごと交換・照明・換気扇・部材交換・部分補修

トイレ 便器交換・床・壁・天井・照明・収納・ドア・7ヶ所

●工事期間中、仮住まいの使用を希望しますか？

はい いいえ (在宅工事希望・他に待機場所確保済み)

●お支払方法の希望はございますか？

カード決済 (VISA・Master・セゾン) ローン 現金 (銀行振込・集金)

改めまして、この度は株式会社ビッグアイにお問合せいただきありがとうございました。

[具体的な検討ポイント]

ii) リフォームによるベネフィット(効用)を示す

リフォームのベネフィット例

安全・安心

- ・地震や台風等に強い
- ・家族や資産が守れる
- ・家族誰もが
安心して暮らせる
など

健康・快適

- ・快適な暮らしが送れる
- ・ヒートショックの
リスクが減る
- ・結露がなくなる
など

経済性

- ・光熱費が下がる
- ・維持管理コストが
下がる
- ・建物を長く使える
など

* 小規模工事でも、リフォームによって暮らしが
どのように良くなるのかを説明することが大切です。

【取組み④】
ベネフィットの見える化

【具体的な検討ポイント】

iii) リフォームによって実現される性能や空間イメージ、
効用等を具体的に示す ※欲を言えば

①プランイメージの見える化の工夫



②ショールームやモデルハウス等の導入



* メーカー等のショールームを
活用する方法もあります。



【取組み④】 ベネフィットの見える化

会社にお帰りになってから
確認してみてください。

テキスト
P.20-
21

チェックシートの使い方

現状出来ているものにチェック☑したうえで、
今後必要な取組みを見つけましょう。

テーマ	確認・検討事項
i) 住まい・暮らしに 対する潜在的な ニーズを引き出す	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ヒアリングシートを活用するなど、相談者の要望の把握に努めている <input type="checkbox"/> 女性スタッフを起用するなど、相談者が打ち解けやすく、気軽に相談しやすい環境をつくらせている <input type="checkbox"/> お客様の直接的な困りごとや要望を聞き取るだけでなく、その背景にあるニーズの把握に努めている
	上記の確認内容をもとに、要望確認面を実施していきたい取組みを挙げてみましょう

テーマ	確認・検討事項
ii) リフォームによる ベネフィット (効用)を示す	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> どのような規模の工事やリフォームであっても、住まい手のベネフィット(効用)につながることを説明している <input type="checkbox"/> 施工事例や有資格者の存在等を示して、ベネフィットを提供できることを示している
	<p>「安心・安全」についての説明</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 耐震性向上が顧客の生命と財産を守ることを伝えている <input type="checkbox"/> 「耐震等級」や「上部構造評点」等、顧客に実感されづらい基準や数値の意味をわかりやすく説明できている
	<p>「健康・快適」についての説明</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 小工事も顧客の暮らしが快適になることを説明できている <input type="checkbox"/> 温熱環境の改善やバリアフリーなどの性能向上リフォームが、安全・健康で快適な暮らしにつながることを伝えている
	<p>「経済性」についての説明</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 省エネルギーリフォーム等によって、光熱費などのランニングコストを下げられることを説明できている <input type="checkbox"/> 適切なメンテナンスやリフォームが、その後の維持管理費用を下げられることをきちんと説明できている <input type="checkbox"/> 性能向上リフォーム等が、長期使用によって総住宅費を下げられたり、建物の資産価値を高められることを説明できている
上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう	
iii) リフォームによって実現される 性能や 空間イメージ、 効用等を 具体的に示す	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 顧客の話を聞きながら、資料や手書きのパス等を示し、顧客のニーズをその場で形にすることをやっている <input type="checkbox"/> 分かりやすいプレゼンテーションを心がけている <input type="checkbox"/> プランについて、図面だけでなく、イメージスケッチやパス等を用いてわかりやすく提案できている <input type="checkbox"/> リフォーム後の空間体験ツールとして、3D・CGツールやVR技術等を活用している
	<p>ショールームやモデルハウスの活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 設備メーカー等のショールームを活用している <input type="checkbox"/> 店舗やオフィス内にショールームを設置している <input type="checkbox"/> 自社または複数社によるモデルハウスを設置している
	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> リフォーム工事後、引渡し前に内覧会等を実施している <input type="checkbox"/> OB顧客宅をお借りして内覧会等を実施している
	上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう
iv) 一般消費者の リフォームに 対する知識・ 理解を高める	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> セミナーや勉強会等を開催し、消費者のリフォームに対する知識や情報等について啓発している
	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 店舗やオフィスに住宅やリフォームに関連する資料を揃え、情報提供できている
上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう	

* チェック項目数を増やすことが目的ではありません。
【取組み①】の事業方針を実現するために、
必要な取組みを見つけることが目的です。

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

[基本的な考え方]

提案するリフォーム工事の内容を十分に理解・納得してもらうことが、顧客からの信頼につながります。そのために、リフォームがどのように行われるのか、その工事がなぜ必要なのか、コストは妥当なのか等について、丁寧に説明することが大切です。

[具体的な検討ポイント]

- i) リフォームの工事内容・手順等を紹介する
- ii) 建物の状況を把握したうえで工事内容を提案する
- iii) 工事内容とコストの関係を分かりやすく示す
- iv) 工事内容が確定したら、必ず契約書を取り交わす
- v) 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 ※欲を言えば

▼ [検討ポイント] の詳細説明

【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化

【具体的な検討ポイント】

ii) 建物の状況を把握したうえで工事内容を提案する



* 工事をする部屋や部位だけでなく、その周辺や建物全体の調査を実施して
将来のリフォーム提案に繋げることも大切です。

【具体的な検討ポイント】

iv) 工事内容が確定したら、必ず契約書を取り交わす

➔小工事でも、口頭でなく、必ず書面で契約を交わしましょう。

➔工事開始後に、新たに必要な工事が見つかった場合のルールを取り決めておきましょう。



書式B-1

住宅リフォーム工事
工事内容変更合意書

工事名称 _____

工事開始 年 月 日 より 年 月 日 まで

注文書 No. _____ 種 別 _____ TEL _____ FAX _____

請負者名 _____ TEL _____

代表者 _____ 姓 _____ 名 _____ TEL _____ FAX _____

住所 _____

備考欄 年 月 日に締結した上記の工事内容について、下記のとおり内容変更することに合意します (以下の欄に内容変更の項目に をつける)

工期変更 年 月 日 より 年 月 日 まで
 工事内容変更 年 月 日 より 年 月 日 まで

No.	変更箇所	変更前仕様	変更後仕様	仕様・数量・材料 等	変更前	金額	変更後
1							



*リ推協では「住宅リフォーム工事標準契約書式」を用意しています。その他、契約や打ち合わせに必要な書式をダウンロード出来ます。

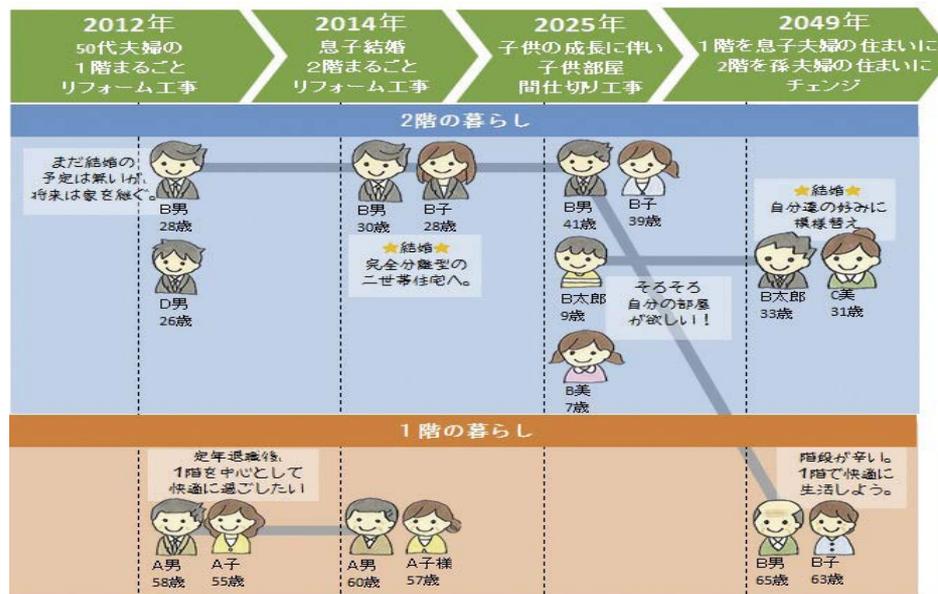
【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化

【具体的な検討ポイント】

v) 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※欲を言えば

●今後のメンテナンス・修繕時期等の提示

●顧客の将来の利活用法



【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化

会社にお帰りになってから
確認してみてください。

テキスト
P.25

チェックシートの使い方

現状出来ているものにチェック☑したうえで、今後必要な取組みを見つけましょう。

テーマ	確認・検討事項
i) リフォームの施工内容・手順等を紹介する	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 提案する工事や工法等の内容、手順・進め方等について、丁寧に説明できている <input type="checkbox"/> HP等で、一般的なリフォームの工法や進め方を示している <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
ii) 建物の状況を把握したうえで工事内容を提案する	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 小工事も該当部位以外の現地調査を行い、劣化・老朽箇所の把握を行っている <input type="checkbox"/> お客様が目に見えない部位についても調査・診断し、必要な提案を行っている <input type="checkbox"/> お客様の当初要望以上の工事内容を提案する場合、なぜその工事が必要なのか、建物の状態等を示したうえで説明を行っている <input type="checkbox"/> 自社の専門性に基づく高度な診断・調査技術を保有している <input type="checkbox"/> 一般的な建物調査に加えて、耐震診断や温熱性能等に関する現況調査も行い、耐震改修や省エネ改修などの性能向上リフォームを提案できている <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>

iii) 工事内容とコストの関係を分かりやすく示す	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 共通化・標準化される工事について、おおよその費用目安を整理して示している <input type="checkbox"/> 見積りの際に一式ではなく、その内訳等を明確にし、丁寧に説明している <input type="checkbox"/> 目標性能や予算等に応じて複数案を提案し、コストの妥当性を示している <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
iv) 工事内容が確定したら、必ず契約書を取り交わす	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 小工事も必ず契約書を作成している <input type="checkbox"/> 契約内容についてお客様に説明している <input type="checkbox"/> 追加工事が発生した場合の対処法や精算ルール等を定めている <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
v) 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	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> お客様の要望に基づいた提案に留めず、将来必要となるメンテナンスやリフォーム等の見込みを示すなど、長期的なリフォーム提案ができている <input type="checkbox"/> お客様のライフステージの変化に基づいた将来的な提案を示せる <input type="checkbox"/> 顧客に十分な予算がないなどの場合、段階的なリフォーム提案ができている <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>

* チェック項目数を増やすことが目的ではありません。

【取組み①】の事業方針を実現するために、
必要な取組みを見つけることが目的です。

【取組み⑥】

顧客や地域との持続的な信頼関係の構築

[基本的な考え方]

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ります。定期訪問のほか、住まい手の困りごとをサポートできる体制・関係づくりなど、OB顧客や地域と持続的な関係をつくるための取組みが大切です。

[具体的な検討ポイント]

- 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、地域に向けた活動を継続的に行う
- iii) 消費者からの知名度を高める取組みを行う

▼ [検討ポイント] の詳細説明

【取組み⑥】
顧客や地域との永続的な信頼関係の構築

[具体的な検討ポイント]

i) O B 顧客に対して、連絡や訪問、交流会等を継続的に行う

O B 顧客との接点づくりの例

手段	実施例
間接的な連絡	<ul style="list-style-type: none"> ・ 時候の挨拶ハガキの送付 ・ メールマガジンの定期配信 ・ DMや情報誌等の定期送付
訪問によるコンタクト	<ul style="list-style-type: none"> ・ 定期点検 ・ メンテナンス提案 ・ 困りごとの御用聞き
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ O B 顧客同士の交流会 ・ O B 顧客宅を会場にしたリフォーム内覧会



【取組み⑥】
顧客や地域との永続的な信頼関係の構築

【具体的な検討ポイント】

ii) イベントやセミナー等、地域に向けた活動を
継続的に行う

- ➔まちづくり活動など地域に貢献する活動を行ったり、
イベント等を行ったりすることも、信用・信頼獲得につながっていきます。
- ➔定期的なイベント開催によって、地域での
住まい・暮らしの「相談役」「窓口」となっていくことで、
さまざまな相談を受け、将来のリフォームの依頼が期待できます。



【取組み⑥】
顧客や地域との永続的な信頼関係の構築

[具体的な検討ポイント]

iii) 消費者からの知名度を高める取組みを行う

- ➡ 店や事務所に自社の看板を掲げてリフォームを行うことを示すとともに、社用車、作業着などにも社名やメッセージを入れるなどして、日常的なPR活動を行っていきましょう。
- ➡ 行政や公的機関と連携したリフォームに関するセミナーの開催や軽微な修繕サービスの提供なども、知名度を高めるのに有効です。
- ➡ 積極的にアフターサービスを行わないハウスメーカーやビルダーの新築顧客の相談相手となることも、新規顧客化のチャンスです。



チェックシートの使い方

現状出来ているものにチェック☑したうえで、今後必要な取組みを見つけましょう。

テーマ	検討事項
i) OB顧客に 対して、 連絡や訪問、 交流会等を 継続的に行う	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 挨拶や点検等、OB顧客宅を定期的に訪問している <input type="checkbox"/> OB顧客向けにDMやメールマガジン等を定期的に発行・配信している <input type="checkbox"/> 情報誌等を発行し、暮らし全般に対する提案・情報提供等を行っている <input type="checkbox"/> OB顧客等を対象とした交流会等のイベントを開催している <input type="checkbox"/> (工務店)新築OB客をフォローし、良好な関係を継続できている <input type="checkbox"/> (工務店)自社が維持管理する住宅・顧客を多く確保し、維持管理やリフォーム等の相談や依頼を受けられやすい環境をつくられている <input type="checkbox"/> 万一のクレームにも迅速に対応している
	上記の確認内容をもとに、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう

ii) イベントや セミナー等、 地域に向けた 活動を継続的 に行う	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> まちづくり活動など、地域に貢献する活動を行っている <input type="checkbox"/> 地域住民の属性・状況・ニーズ等に対応したイベント等を実施している <input type="checkbox"/> 地域内で住まいや暮らしの「相談相手・窓口」として機能している
	上記の確認内容をもとに、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう
iii) 消費者からの 知名度を高める 取組みを行う	<p>(☑ 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ふだんから挨拶や服装、マナー等に気遣っている <input type="checkbox"/> 工事前後に近隣に挨拶している <input type="checkbox"/> 移動中や休憩中でも服装やマナー等に気遣っている <input type="checkbox"/> 地域内での知名度を高める取組みを行っている (セミナーの開催、修繕サービスの提供、看板や社用車等によるPR等) <input type="checkbox"/> (リフォーム店)アフターサービスに熱心でない工務店やビルダーに代わり、新築や築浅住宅の維持管理業務を請け負っている
	上記の確認内容をもとに、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう

* チェック項目数を増やすことが目的ではありません。

【取組み①】の事業方針を実現するために、
必要な取組みを見つけることが目的です。

第2部

地域・顧客に選ばれ続ける 8事業者の取組み事例

第2部では、8事業者の実践活動を「6つの取組み」と関連づけて紹介いたします。

テキストでは、リフォーム専門店・専門工事店を4社、
工務店を4社紹介しています。
自社で実践できそうな取組みをぜひ見つけてください。



<p>①ガス・水道店から、地域の安全・快適を担う総合リフォーム業に。 公的セミナーを開催して地域からの信用・信頼につなげていく リフォーム工房 株式会社 スカワ（群馬県高崎市） リフォーム専門店・専門工事店 …………… 30</p>	30
<p>②工務店から独立して、地域密着型の総合リフォーム業に。 セミナーや地域交流イベントを開催して地域での知名度を高めていく 株式会社 ゆめや（神戸市東灘区） リフォーム専門店・専門工事店 …………… 34</p>	34
<p>③戸建の屋根・外装工事技術を活かしてリフォーム事業に参入。 下請け/元請けのバランスよい受注で経営を安定 エパー 株式会社（東京都品川区） リフォーム専門店・専門工事店 …………… 38</p>	38
<p>④戸建住宅の耐震リフォームに特化した事業を展開。 耐震の専門家としての地位を確立 株式会社 住環境工房らしんばん（福岡市中央区） リフォーム専門店・専門工事店 …………… 42</p>	42
<p>⑤性能・デザイン、設計・施工、啓発、行政対応まで全て自社で行い、 地震災害への対応という地域課題の解決に努める 有限会社 矢野工務店（高知県須崎市） 工務店 …………… 46</p>	46
<p>⑥新築で培った高性能の住まいづくりの経験を活かして 耐震・断熱改修を伴う性能向上リフォーム事業を展開 有限会社 佐藤工務店（埼玉県上尾市） 工務店 …………… 50</p>	50
<p>⑦社寺建築にも対応できる伝統技術を持つ工務店。 現代的なリフォームと性能向上で築古住宅を優良ストック化 株式会社 大桃建設工業（福島県南会津町） 工務店 …………… 54</p>	54
<p>⑧新築メインから、専門化した複数の事業部門を設置・展開。 顧客管理を徹底し OB 顧客からのリフォーム・売却等ニーズに対応 株式会社 ホームラボ（福岡県久留米市） 工務店 …………… 58</p>	58

*本日は、上記から数社ピックアップして詳細をご説明します。
 テキストの該当ページを参照ください。

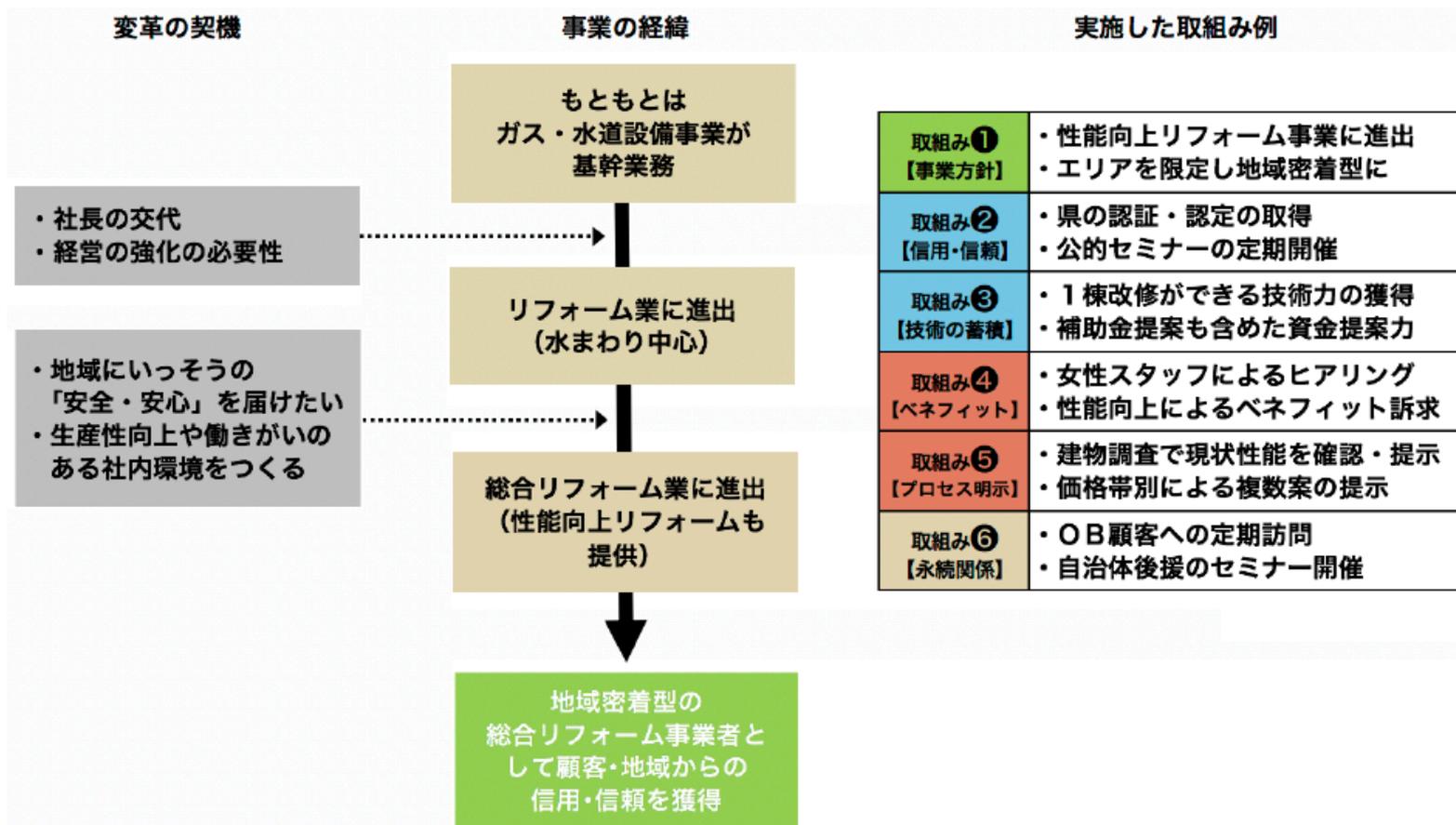


リフォーム
専門店・
専門工事店

事例 1

ガス・水道店から、地域の安全・快適を担う
総合リフォーム業に。公的セミナーを開催して
地域からの信用・信頼につなげていく
リフォーム工房 株式会社スカワ（群馬県高崎市）

事業発展のストーリー



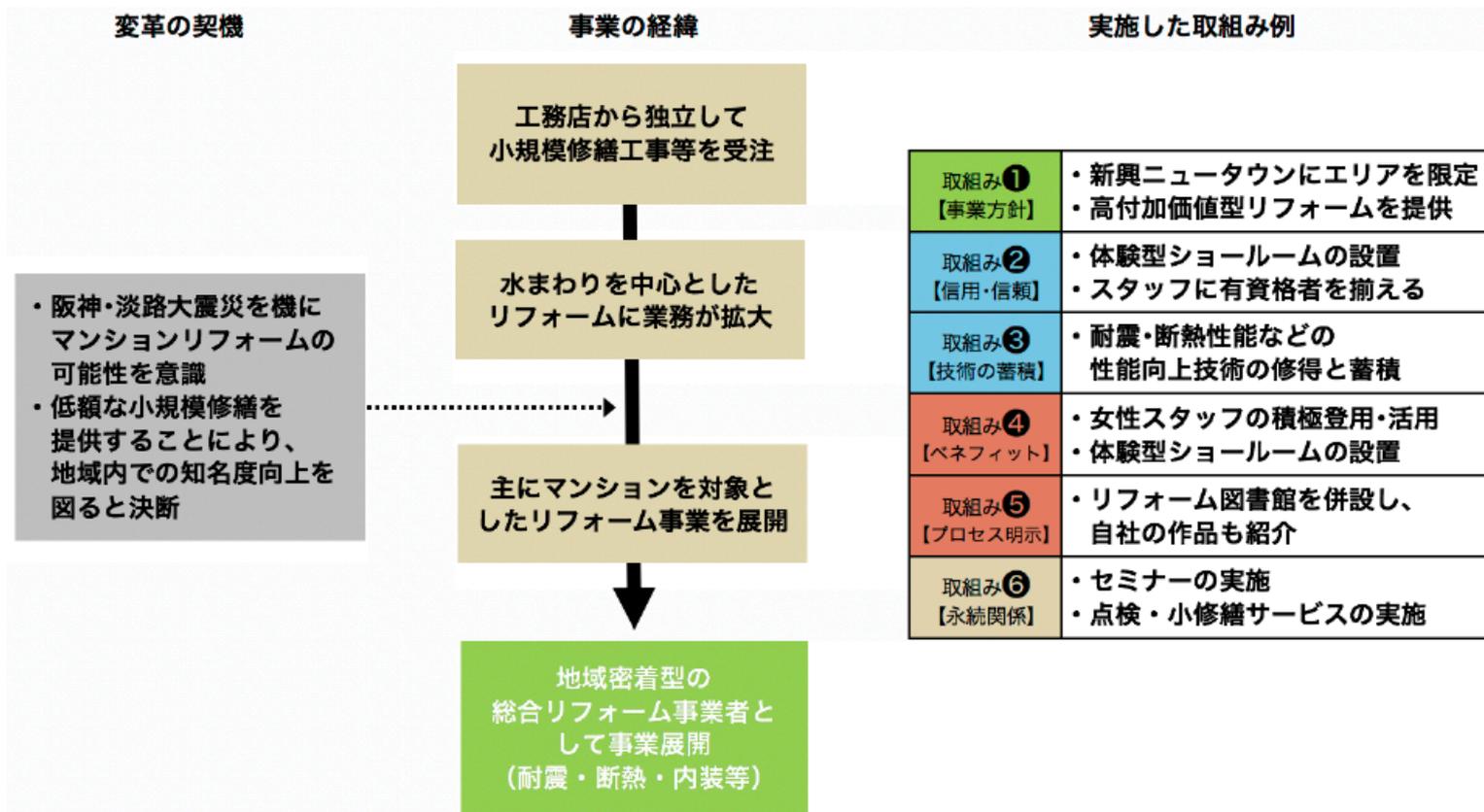
現在の事業概要

<p>事業者概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 業種：リフォーム専門店 従業員：6名（うちパート1名） 創業：昭和38（1963）年 代表：須川光一氏 						
<p>主たる商圏と地域特性</p>	<ul style="list-style-type: none"> LPガス販売をしてきた経緯から、群馬県高崎市をメインの業務エリアとしている メンテナンス等に迅速に対応するため、基本的に自社から車で30分以内の範囲を業務エリアとしている 県庁の置かれる前橋市と違い、高崎市は分譲マンションが少なく、対象とする住宅は戸建てが中心 						
<p>事業者の各種比率</p>	<ul style="list-style-type: none"> 近年の売上は年商1.7億円程度で推移 内訳は以下の通り <table border="1" data-bbox="620 833 1709 1263"> <tr> <td data-bbox="620 833 994 939"> <p>リフォーム比率</p> </td> <td data-bbox="994 833 1709 939"> <p>リフォーム業 80% その他 20%</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="620 996 994 1102"> <p>小規模リフォームの顧客比率</p> </td> <td data-bbox="994 996 1709 1102"> <p>新規客 20% OB客 80%</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="620 1159 994 1265"> <p>中～大規模リフォームの顧客比率</p> </td> <td data-bbox="994 1159 1709 1265"> <p>新規客 40% OB客 60%</p> </td> </tr> </table>	<p>リフォーム比率</p>	<p>リフォーム業 80% その他 20%</p>	<p>小規模リフォームの顧客比率</p>	<p>新規客 20% OB客 80%</p>	<p>中～大規模リフォームの顧客比率</p>	<p>新規客 40% OB客 60%</p>
<p>リフォーム比率</p>	<p>リフォーム業 80% その他 20%</p>						
<p>小規模リフォームの顧客比率</p>	<p>新規客 20% OB客 80%</p>						
<p>中～大規模リフォームの顧客比率</p>	<p>新規客 40% OB客 60%</p>						

リフォーム
専門店・
専門工事店
事例2

工務店から独立して地域密着型の総合リフォーム業に。
セミナーや地域交流イベントを開催して
地域での知名度を高めていく
株式会社ゆめや（神戸市東灘区）

事業発展のストーリー



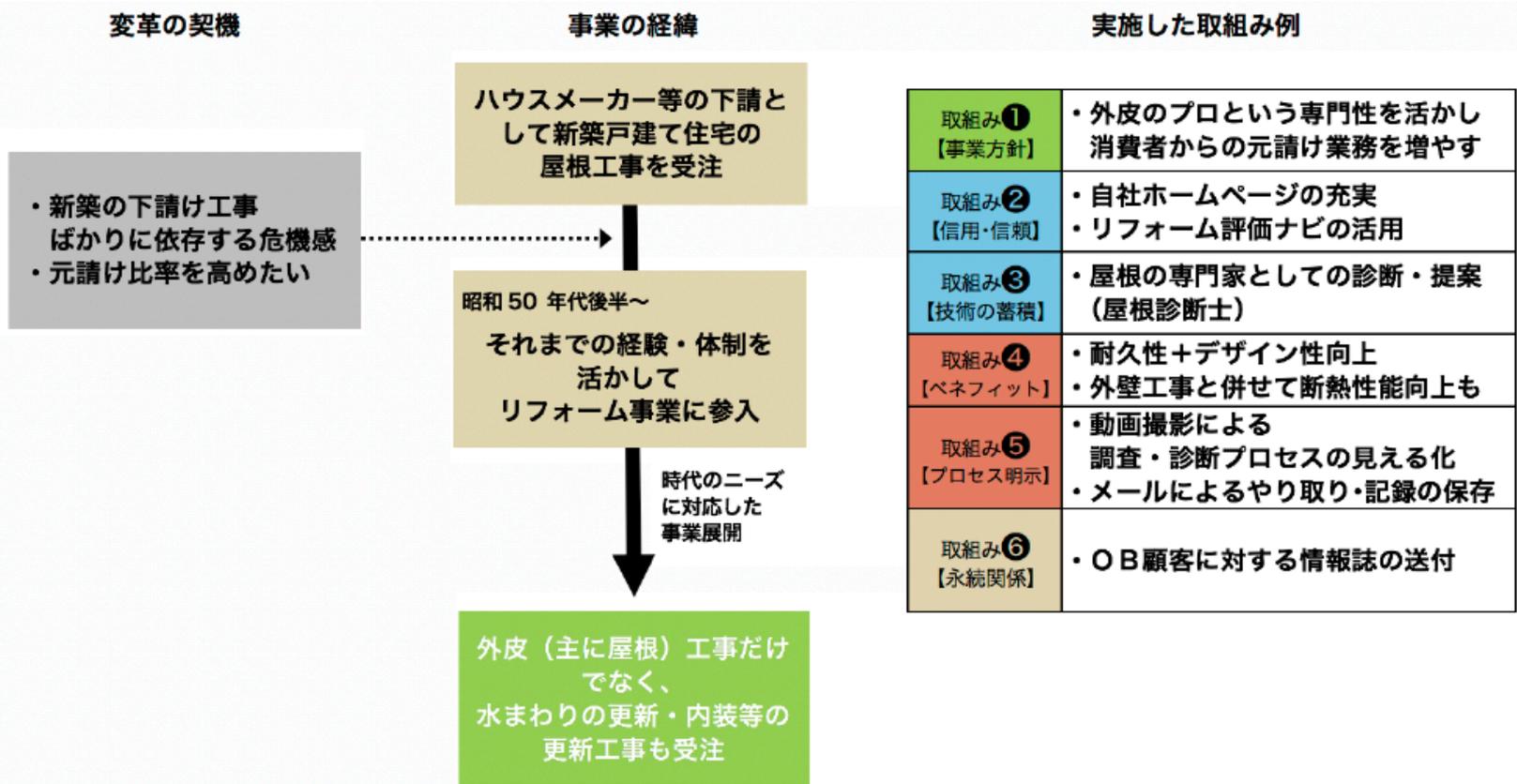
現在の事業概要

<p>事業者概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 業種：リフォーム専門店 従業員：22名 創業：平成元（1989）年 代表：盛静男氏 														
<p>主たる商圏と地域特性</p>	<ul style="list-style-type: none"> 六甲アイランドのある神戸市東灘区を中心に、車で30分ほどの範囲としている エリアを限定するのは、サービスの徹底と、業務の効率のよさの両者から 														
<p>事業者の各種比率</p>	<ul style="list-style-type: none"> 近年の売上は平均して、概ね6億～6億5,000万円 内訳は以下の通り <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: right;">リフォーム比率</td> <td style="text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; display: inline-block;"> リフォーム業 100% </div> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">戸建て/マンション比率</td> <td style="text-align: center;"> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">戸建て 30%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">マンション 70%</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">リフォーム規模規律</td> <td style="text-align: center;"> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">小中工事 25%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">大規模リフォーム(500万円以上) 75%</td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">新規/OB客比率</td> <td style="text-align: center;"> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">新規客 40%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">OB客 60%</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>	リフォーム比率	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; display: inline-block;"> リフォーム業 100% </div>	戸建て/マンション比率	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">戸建て 30%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">マンション 70%</td> </tr> </table>	戸建て 30%	マンション 70%	リフォーム規模規律	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">小中工事 25%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">大規模リフォーム(500万円以上) 75%</td> </tr> </table>	小中工事 25%	大規模リフォーム(500万円以上) 75%	新規/OB客比率	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">新規客 40%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">OB客 60%</td> </tr> </table>	新規客 40%	OB客 60%
リフォーム比率	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; display: inline-block;"> リフォーム業 100% </div>														
戸建て/マンション比率	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">戸建て 30%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">マンション 70%</td> </tr> </table>	戸建て 30%	マンション 70%												
戸建て 30%	マンション 70%														
リフォーム規模規律	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">小中工事 25%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">大規模リフォーム(500万円以上) 75%</td> </tr> </table>	小中工事 25%	大規模リフォーム(500万円以上) 75%												
小中工事 25%	大規模リフォーム(500万円以上) 75%														
新規/OB客比率	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; text-align: center;">新規客 40%</td> <td style="background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;">OB客 60%</td> </tr> </table>	新規客 40%	OB客 60%												
新規客 40%	OB客 60%														

**リフォーム
専門店・
専門工事店
事例 3**

**戸建の屋根・外装工事技術を活かして
リフォーム事業に参入。
下請け/元請けのバランスよい受注で経営を安定
エバー株式会社（東京都品川区）**

事業発展のストーリー



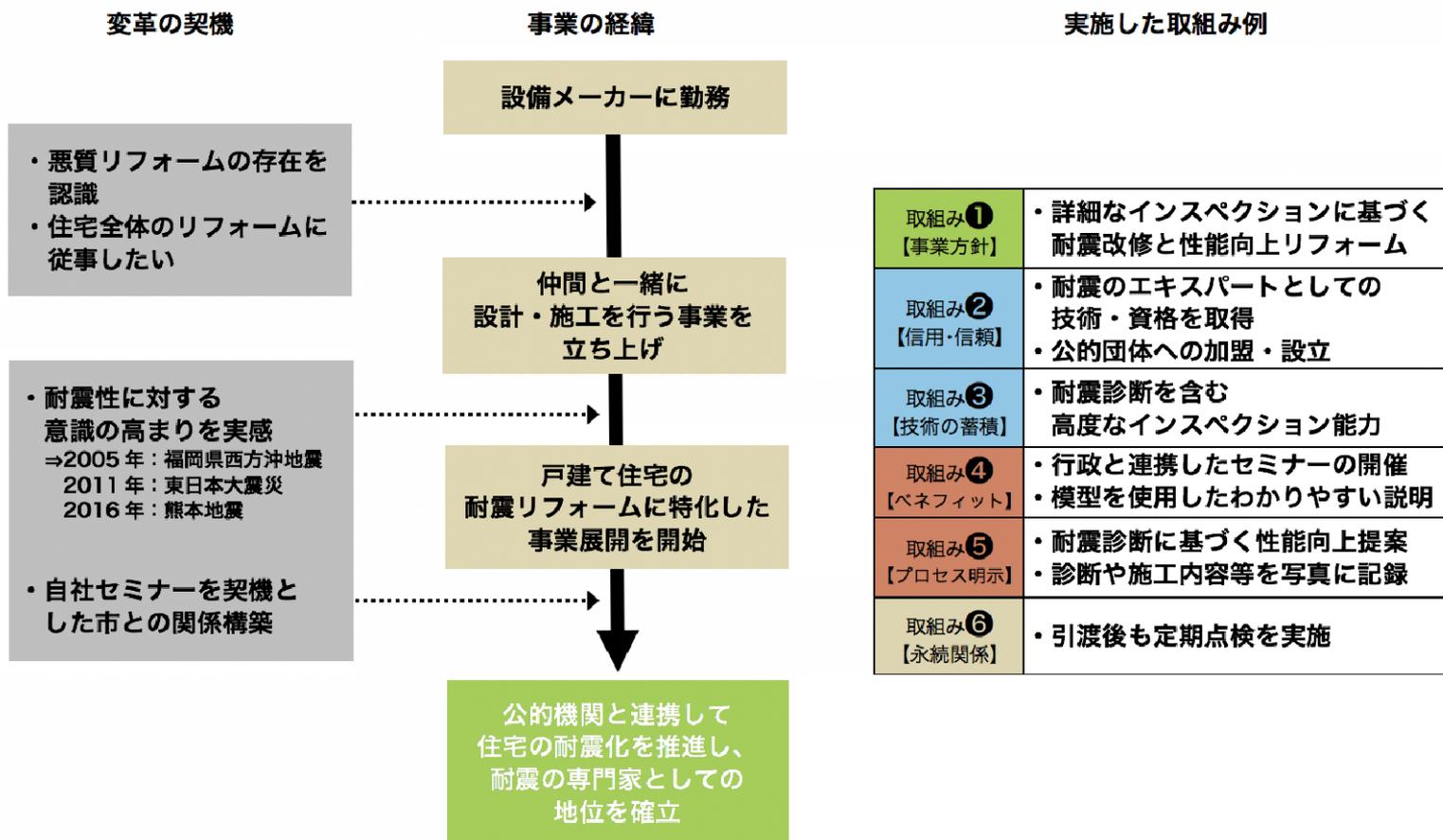
現在の事業概要

<p>事業者概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 業種：屋根・外装工事店・リフォーム店 従業員：13名（うちリフォーム担当4名） 創業：昭和27（1952）年 代表：江原正也氏 									
<p>主たる 商圏と 地域特性</p>	<ul style="list-style-type: none"> 新築住宅の工事エリア（東京23区、多摩地域、神奈川県全域）を主な対象としている 外皮のメンテナンスやリフォームはプランニング等の事前対応も少なく、工期も短いため、内装・間取り変更等をメインとする事業者よりもエリアは広い 									
<p>事業者の 各種比率</p>	<ul style="list-style-type: none"> 近年の売上は、6億円程度。うちリフォームの売り上げが約2億5000万円 そのうち「B to C」は1億6000万円強でおよそ半分がOB顧客 「B to B」の主な対象は、ハウスメーカー系（リフォーム部門）、リフォーム事業系、住宅設備機器・建材メーカー系となっている 内訳は以下の通り <table border="1" data-bbox="966 871 1719 1313"> <tr> <td data-bbox="966 871 1391 982"> <p>リフォーム比率</p> </td> <td data-bbox="1391 871 1719 982"> <p>新築 58.3%</p> </td> <td data-bbox="1719 871 1777 982"> <p>リフォーム 41.7%</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="966 1035 1391 1146"> <p>顧客比率</p> </td> <td data-bbox="1391 1035 1719 1146"> <p>BtoB(業者依頼) 60%</p> </td> <td data-bbox="1719 1035 1777 1146"> <p>BtoC(住まい手依頼) 40%</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="966 1199 1391 1313"> <p>BtoC(住まい手依頼)における顧客比率</p> </td> <td data-bbox="1391 1199 1719 1313"> <p>新規客 50~60%</p> </td> <td data-bbox="1719 1199 1777 1313"> <p>OB客 40~50%</p> </td> </tr> </table>	<p>リフォーム比率</p>	<p>新築 58.3%</p>	<p>リフォーム 41.7%</p>	<p>顧客比率</p>	<p>BtoB(業者依頼) 60%</p>	<p>BtoC(住まい手依頼) 40%</p>	<p>BtoC(住まい手依頼)における顧客比率</p>	<p>新規客 50~60%</p>	<p>OB客 40~50%</p>
<p>リフォーム比率</p>	<p>新築 58.3%</p>	<p>リフォーム 41.7%</p>								
<p>顧客比率</p>	<p>BtoB(業者依頼) 60%</p>	<p>BtoC(住まい手依頼) 40%</p>								
<p>BtoC(住まい手依頼)における顧客比率</p>	<p>新規客 50~60%</p>	<p>OB客 40~50%</p>								

リフォーム
専門店・
専門工事店
事例4

戸建住宅の耐震リフォームに特化した事業を展開。
耐震の専門家としての地位を確立
株式会社住環境工房らしんばん（福岡市中央区）

事業発展のストーリー



株式会社住環境工房らしんばん（福岡市中央区）

現在の事業概要

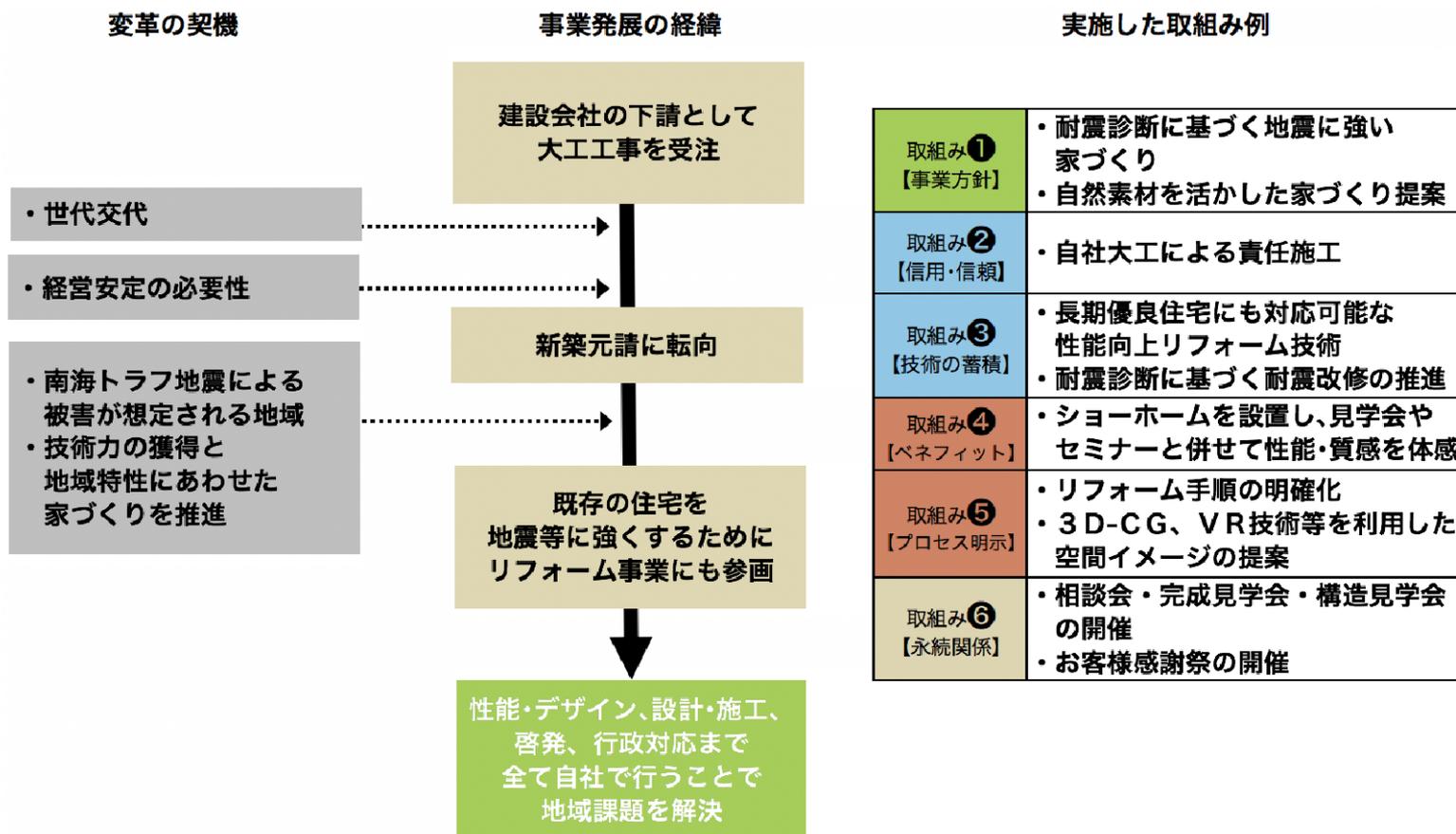
<p>事業者 概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 業種：リフォーム専門店 従業員：4名 創業：平成10（1998）年 代表：白水秀一氏 						
<p>主たる 商圏と 地域特性</p>	<ul style="list-style-type: none"> 福岡市および近郊市町村。原則として戸建住宅のみを対象にしている 						
<p>事業者の 各種比率</p>	<ul style="list-style-type: none"> 近年の売上は、不動産仲介も含め、約1億3000万円 既存住宅の診断業務（8万円／件）の売上は全体の1割弱 耐震補強工事の目安が200～300万円であることもあり、500万円以下の工事件数が圧倒的に多い。一方、2000万円クラスの物件が年1～2件 内訳は以下の通り <table border="1" data-bbox="1000 862 1715 1293"> <tr> <td data-bbox="1000 862 1557 965"> <p>リフォーム比率</p> </td> <td data-bbox="1557 862 1715 965"> <p>リフォーム工事 80%</p> <p>診断 10% 仲介 10%</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1000 1025 1715 1128"> <p>小規模リフォームの 顧客比率</p> </td> <td data-bbox="1000 1025 1715 1128"> <p>OB客 100%</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1000 1188 1557 1290"> <p>中～大規模リフォームの 顧客比率</p> </td> <td data-bbox="1557 1188 1715 1290"> <p>新規客 80%</p> <p>OB客 20%</p> </td> </tr> </table>	<p>リフォーム比率</p>	<p>リフォーム工事 80%</p> <p>診断 10% 仲介 10%</p>	<p>小規模リフォームの 顧客比率</p>	<p>OB客 100%</p>	<p>中～大規模リフォームの 顧客比率</p>	<p>新規客 80%</p> <p>OB客 20%</p>
<p>リフォーム比率</p>	<p>リフォーム工事 80%</p> <p>診断 10% 仲介 10%</p>						
<p>小規模リフォームの 顧客比率</p>	<p>OB客 100%</p>						
<p>中～大規模リフォームの 顧客比率</p>	<p>新規客 80%</p> <p>OB客 20%</p>						

工務店 事例 1

性能・デザイン、設計・施工、啓発、行政対応まで
全て自社で行い、地震災害への対応という
地域課題の解決に努める
有限会社矢野工務店（高知県須崎市）

テキスト
P.46-
49

事業発展のストーリー



有限会社矢野工務店（高知県須崎市）

現在の事業概要

事業者概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業種：工務店 ・ 従業員：18名 ・ 創業：昭和42（1967）年 ・ 代表：矢野久幸氏 		
主たる商圏と地域特性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事務所がある須崎市を中心に、西は四万十町、東は高知市・香南市あたりを商圏としている ・ 高速道路を利用すれば、約1時間で行ける範囲である 		
事業者の各種比率	<ul style="list-style-type: none"> ・ 近年の売上は5億円前後。新築が約4億円、リフォームが約1億円 ・ 新築は1000～4000万円の請負金額で年間12～15件程度 ・ リフォームのうち1000万円以上のリフォームは年間2～3件 ・ 建築士事務所協会経由で耐震診断（3万円）を年間100件程度受注している。うち、約70件が耐震改修につながり、耐震改修は、設計が30万円、施工が90～150万円程度（最多価格帯：120～150万円）となっている ・ それ以外としては、次のような流れでの受注が多い <ol style="list-style-type: none"> ①見学会 →②住まい教室（設計やローンについて） →③住まい手訪問 →④敷地調査 →⑤設計契約（20万円） →⑥プランニング →⑦施工契約 ・ 内訳は以下の通り <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>リフォーム比率</p> <table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <td style="background-color: #92d050; padding: 10px;">新築 80%</td> <td style="background-color: #d9ead3; padding: 10px;">リフォーム 20%</td> </tr> </table> </div>	新築 80%	リフォーム 20%
新築 80%	リフォーム 20%		

工務店 事例 2

新築で培った高性能の住まいづくりの経験を活かして
耐震・断熱改修を伴う性能向上リフォーム事業を展開
有限会社佐藤工務店（埼玉県上尾市）

テキスト
P.50-
53

事業発展のストーリー

変革の契機

- ・世代交代
- ・自宅の建替えを契機に温熱環境に関心を持つ

事業の経緯

地場の工務店として
注文住宅の設計・施工を
本業として事業展開

高い性能を有する
住まいづくり（新築）で
培った技術を活かして、
耐震改修や温熱改修を
伴うリフォーム事業を展開

温熱環境に関する知識・
技術力の蓄積・研鑽により
耐震・断熱性能を確保した
住宅をセットで提供

実施した取組み例

取組み① 【事業方針】	・耐震改修と温熱改修をセットで 性能向上リフォームを提案
取組み② 【信用・信頼】	・温熱環境に関する高い技術を修得 ・多彩な資格の取得
取組み③ 【技術の蓄積】	・外張り断熱工法の修得 ・自社大工による責任施工
取組み④ 【ベネフィット】	・サーモグラフィ等による 性能や効能の見える化 ・モデルハウスによる暖かさの体感
取組み⑤ 【プロセス明示】	・性能向上のプロセスを わかりやすく説明
取組み⑥ 【永続関係】	・現場シートを用いての自社PR

有限会社佐藤工務店（埼玉県上尾市）

現在の事業概要

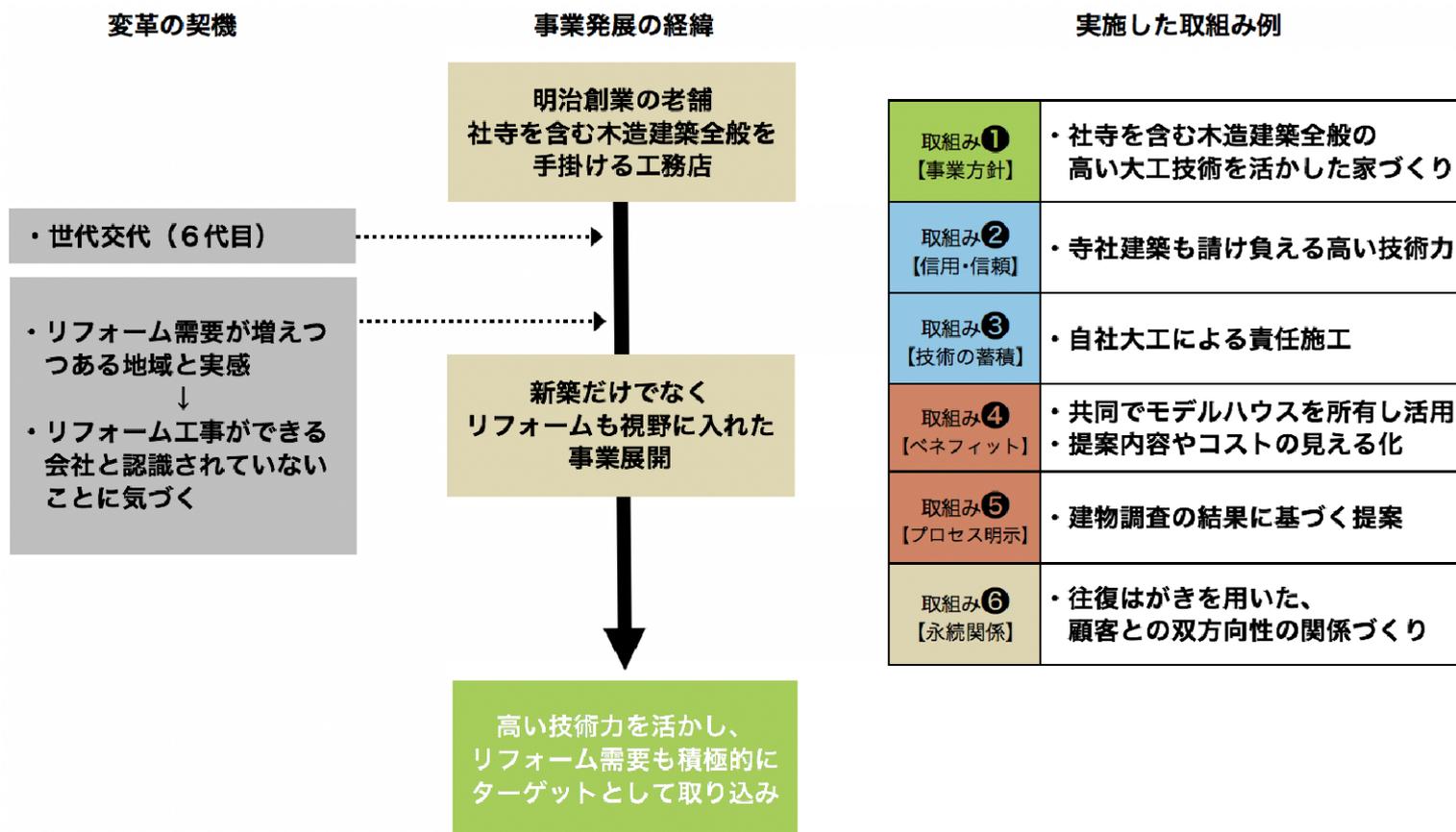
事業者概要	<ul style="list-style-type: none"> 業種：工務店 従業員：8名 	<ul style="list-style-type: none"> 創業：昭和43（1968）年 代表：佐藤喜夫氏
主たる商圏と地域特性	<ul style="list-style-type: none"> 地場の工務店として注文住宅の設計・施工を本業として展開 工事のエリアは、原則として、自動車で45分以内 	
事業者の各種比率	<ul style="list-style-type: none"> 近年の売上は、概算で1億6,000万円程度 新築は売上の7割程度。売上の1/4がリノベーション（大規模リフォーム） リノベーションのうち、売上ベースで約6割が新規顧客となっている 売上の額としては少ないが、小規模修繕等の件数は多い 内訳は以下の通り <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>リフォーム比率</p> <p>新築 70% リフォーム 30%</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>リフォームの規模比率</p> <p>修繕 20% 増改築～フルリフォーム 80%</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>中～大規模リフォームの顧客比率</p> <p>新規客 60% OB客 40%</p> </div> </div>	

工務店 事例 3

社寺建築にも対応できる伝統技術を持つ工務店。
現代的なリフォームと性能向上で
築古住宅を優良ストック化
株式会社大桃建設工業（福島県南会津町）

テキスト
P.54-
57

事業発展のストーリー



株式会社大桃建設工業（福島県南会津町）

現在の事業概要

事業者概要	<ul style="list-style-type: none"> 業種：工務店 従業員：22名 創業：明治。大桃建設工業としての設立は平成7（1995）年 代表：大桃一浩氏 															
主たる商圏と地域特性	<ul style="list-style-type: none"> 新築住宅の業務エリアは福島県、宮城県のほか、東京都、埼玉県、千葉県、茨城県などの関東圏 リフォームのメインは、福島県内 															
事業者の各種比率	<ul style="list-style-type: none"> 売上は平均すると、概ね5億円。木造は、全体の8割弱で、そのうちの6割が新築工事である。新築工事の内訳は、8割が住宅で、1～2割が社寺建築 既存木造住宅関連は全体の3割で、基本的にリフォーム関係の工事はOB顧客からの依頼が多い 内訳は以下の通り <div style="text-align: right; margin-right: 20px;">材木の加工・販売 8%</div> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 40%; text-align: right;">請負工事比率</td> <td style="width: 60%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 建築工事 92% </div> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">建築工事の内訳</td> <td style="text-align: center;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新築(木造) 47% </div> </td> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> リフォーム(木造) 31% </div> </td> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 非木造 22% </div> </td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">リフォーム(木造)における規模比率</td> <td style="text-align: center;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 小規模リフォーム 30% </div> </td> <td style="width: 66%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 中～大規模リフォーム 70% </div> </td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">中～大規模リフォームにおける工事規模比率</td> <td style="text-align: center;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新規客 70% </div> </td> <td style="width: 30%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> OB客 30% </div> </td> </tr> </table> </td> </tr> </table>	請負工事比率	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 建築工事 92% </div>	建築工事の内訳	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新築(木造) 47% </div> </td> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> リフォーム(木造) 31% </div> </td> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 非木造 22% </div> </td> </tr> </table>	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新築(木造) 47% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> リフォーム(木造) 31% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 非木造 22% </div>	リフォーム(木造)における規模比率	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 小規模リフォーム 30% </div> </td> <td style="width: 66%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 中～大規模リフォーム 70% </div> </td> </tr> </table>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 小規模リフォーム 30% </div>	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 中～大規模リフォーム 70% </div>	中～大規模リフォームにおける工事規模比率	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新規客 70% </div> </td> <td style="width: 30%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> OB客 30% </div> </td> </tr> </table>	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新規客 70% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> OB客 30% </div>
請負工事比率	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 建築工事 92% </div>															
建築工事の内訳	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新築(木造) 47% </div> </td> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> リフォーム(木造) 31% </div> </td> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 非木造 22% </div> </td> </tr> </table>	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新築(木造) 47% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> リフォーム(木造) 31% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 非木造 22% </div>												
<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新築(木造) 47% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> リフォーム(木造) 31% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 非木造 22% </div>														
リフォーム(木造)における規模比率	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 小規模リフォーム 30% </div> </td> <td style="width: 66%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 中～大規模リフォーム 70% </div> </td> </tr> </table>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 小規模リフォーム 30% </div>	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 中～大規模リフォーム 70% </div>													
<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 小規模リフォーム 30% </div>	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 中～大規模リフォーム 70% </div>															
中～大規模リフォームにおける工事規模比率	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%; text-align: center;"> <div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新規客 70% </div> </td> <td style="width: 30%; text-align: center;"> <div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> OB客 30% </div> </td> </tr> </table>	<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新規客 70% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> OB客 30% </div>													
<div style="background-color: #92d050; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> 新規客 70% </div>	<div style="background-color: #d9ead3; padding: 5px; border: 1px solid #ccc;"> OB客 30% </div>															

工務店
事例4

新築メインから、専門化した複数の事業部門を
設置・展開。顧客管理を徹底し
OB顧客からのリフォーム・売却等ニーズに対応
株式会社ホームラボ（福岡県久留米市）

事業発展のストーリー

変革の契機

- ・新築メインではあるが、今後、住まいの長期使用や既存流通・リフォーム需要が高まっていくことに着目

事業発展の経緯

ほぼ県域をカバーする
新築メインの事業展開

- 専門化した事業部門を設置
- ・新築部門
 - ・住宅維持管理
リフォーム部門
 - ・不動産部門

住宅履歴情報・顧客管理の
徹底による
OB顧客からのリフォーム
・売却等のニーズへの対応

実施した取組み例

取組み① 【事業方針】	・新築の維持管理技術を活かし、他社施工のストックも対象に維持管理業務を請け負う
取組み② 【信用・信頼】	・他社住宅を含めた維持管理業務の徹底を宣誓 ・HP活用によるメッセージ発信
取組み③ 【技術の蓄積】	・長期優良住宅を手掛ける新築技術 ・SI(スケルトン・インフィル)の考え方の導入
取組み④ 【ベネフィット】	・モデルハウスの設置と活用
取組み⑤ 【プロセス明示】	・住宅履歴の保管と長期修繕計画による維持管理とリフォーム提案 ・維持修繕のための積立制度
取組み⑥ 【永続関係】	・他社施工のストックも対象に維持管理業務を請け負う

株式会社ホームラボ（福岡県久留米市）

現在の事業概要

<p>事業者概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> 業種：工務店 従業員：36名 創業：平成10（1998）年 代表：徳富総一郎氏 														
<p>主たる商圏と地域特性</p>	<ul style="list-style-type: none"> 以前は北九州市も業務エリアにするなど福岡を広範囲を対象にしていた 現在は事務所のある久留米市を中心に約30km圏内に限定している（概ね自動車で30分以内程度） 														
<p>事業者の各種比率</p>	<ul style="list-style-type: none"> 全体の売上は、約12億円で、うち工事関係の売上は10億円強 そのうち85%が新築工事、10%がメンテナンス等の維持管理、5%が買取再販工事 維持管理は、金額、件数ともに、OB顧客からの依頼が多くなっている 内訳は以下の通り <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: flex-start;"> <div style="margin-bottom: 20px;"> <p>請負工事比率</p> <table border="1"> <tr> <td>建築工事(新築・リフォーム等)</td> <td>85%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>買取再販</td> <td>5%</td> </tr> </table> </div> <div style="margin-bottom: 20px;"> <p>既存住宅(リフォーム)比率</p> <table border="1"> <tr> <td>新築工事</td> <td>85%</td> </tr> <tr> <td>既存</td> <td>10%</td> </tr> </table> </div> <div> <p>既存住宅(リフォーム)における顧客比率</p> <table border="1"> <tr> <td>新規客</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>OB客</td> <td>40%</td> </tr> </table> </div> </div>	建築工事(新築・リフォーム等)	85%	その他	15%	買取再販	5%	新築工事	85%	既存	10%	新規客	60%	OB客	40%
建築工事(新築・リフォーム等)	85%														
その他	15%														
買取再販	5%														
新築工事	85%														
既存	10%														
新規客	60%														
OB客	40%														



皆様もぜひ 「6つの取組み」の実践を！

ご紹介した「6つの取組み」の概要や、8事業者の取組み事例は、皆様の事業にも役立つものと自負しています。ぜひ本テキストを自社にお持ち帰りいただき、社員やスタッフの皆様と一緒に読み返してください。その際、役職や立場を超えて話し合っていたただくことを希望します。

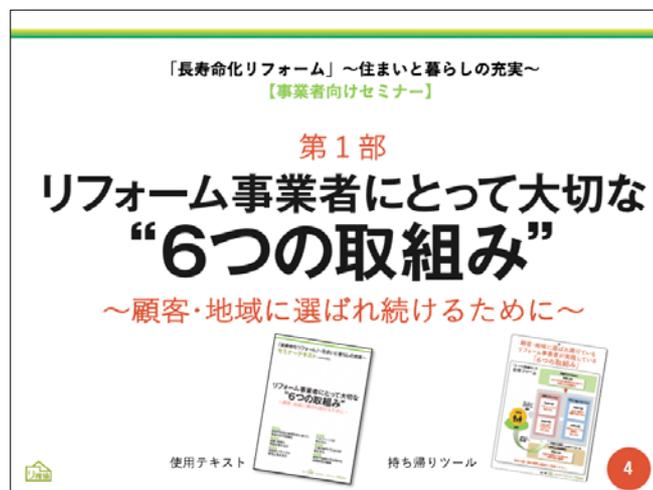
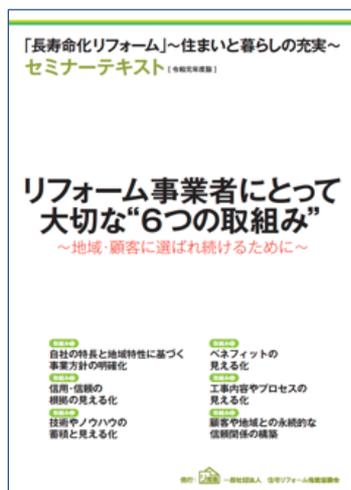
そして、今一度確認・検討しながら、自社の特長や武器を再確認し、自社のターゲットとなる顧客や地域にあった事業方針を明確にしてください。そしてその実現のために、自社でも「6つの取組み」を実践ください。

巻頭でも申し上げましたが、1社でも多くの事業者が「6つの取組み」を実践することで、顧客・地域に選ばれ続ける事業者としていっその業績向上、経営の安定につながることを期待しております。



「6つの取組み」のテキストとスライドをダウンロードできます！

「長寿命化リフォームセミナー」で使用するテキストや講義用スライドを、（一社）住宅リフォーム推進協議会のHPからダウンロードできます。ぜひ入手して社員の皆様に共有し、自社の事業にお役立ててください。



http://www.j-reform.com/publish/publish_business.html

「長寿命化リフォーム」～住まいと暮らしの充実～
【事業者向けセミナー】

第1部

リフォーム事業者にとって大切な “6つの取組み”

～顧客・地域に選ばれ続けるために～

完

続いて第2部
「リフォーム支援制度・最新のリフォーム関連情報」に
移ります。