

# 「独立・開業」 業種別解説事典

独立サポートセンター

執筆 新居 智臣

<http://www.dokuritu-support.com/>

## 46. 住宅リフォーム業

### (1) 特色

#### ①業界の沿革と特徴

1960年代後半には、世帯数が住宅数を数値的には上回り、戦後の住宅不足は解消されたと言われた。その後、住宅のメンテナンスや修理を行う業者が現れ始め、1980年代半ばに住宅の増改築ブームが起こった。また、DIYの登場などによりリフォームが定着し始めたが1990年代に入り、悪質・悪徳業者などの社会問題が生じ、いろいろな規制がなされるようになった。

近年、リフォームに対する補助金や税の優遇制度など国からの後押しもあり、大手流通業など異業種も含めて参入が増えている。ただし、業界の特徴として、中小規模の事業者が多いうえ、消費者も業者選択において必ずしも大手を選ばない傾向がある。対象業務が広く、細やかな対応が必要な業界である。

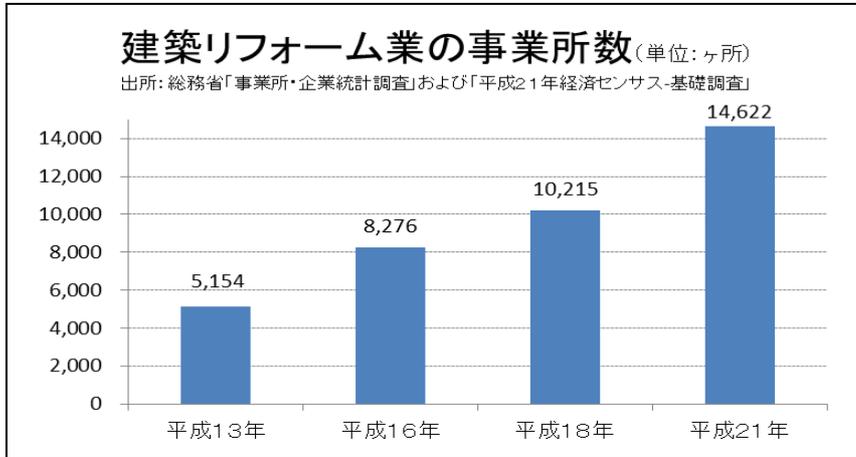
#### ②業務の内容

業務の大きな流れとしては、①見積もり提案、②受託した場合には内容の確認と契約、③工事の開始、④工事終了、瑕疵確認等を行い引き渡しとなる。業務の内容によっては、外注を活用したり、専門業者と連携して工事を行う。下請けになる場合には、日頃からの付き合い、営業も重要な業務となる。工事内容が多岐にわたることから、材料の仕入れ先との関係作りや情報収集も欠かせない。

#### ③顧客

大手建築関連メーカーや大手不動産会社などの下請けとなる場合と、個人から直接仕事を受注する場合の2つのパターンから顧客が存在する。個人の場合には、快適、機能、省エネなど様々な面からのニーズ、要望がある。下請けで業務を行う場合には、価格面、時間的な面での要求が強い。

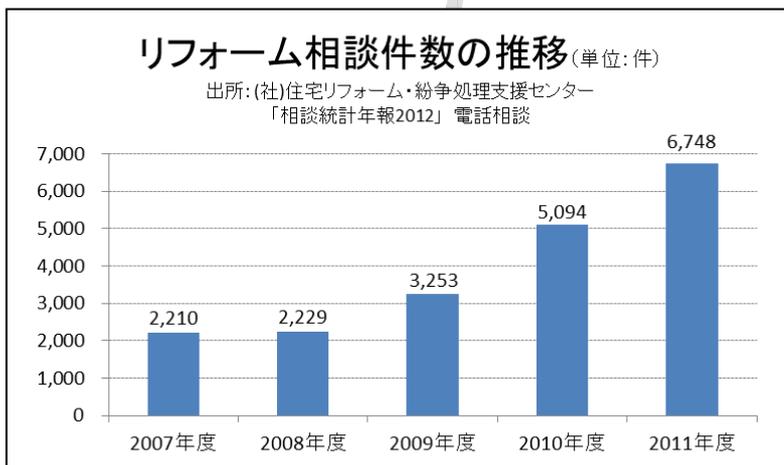
## (2) 業界の動向



総務省「事業所・企業統計調査」および「平成21年経済センサス-基礎調査」によると、建築リフォーム業の事業所

数は上昇傾向にある。国を始めとして行政の後押しもあり、参入者は多い。不動産会社から建築資材メーカーまで、大手の進出も顕著である。大手企業のブランドを売りにする地域中小工務店、地域に密着する不動産会社の下請けを行う専業者など、現場では中小零細企業によるところが大きい。

## (3) 市場等の動き



(社)住宅リフォーム・紛争処理支援センター「相談統計年報2012」電話相談によると、相談件数は急速に増えている。悪質業者の存在が多いのも事実であるも

の、リフォーム市場の拡大が背景にあることも裏付けている。国土交通省の調査によれば、民間の建築住宅の維持・修繕費は平成23年度約2.7兆円、前年度の2.2兆円から大きく伸びている。高齢化社会との兼ね合い、国等の後押しにより今後も市場は拡大すると予想される。

## (4) 経営のポイント

### ①専門領域の掘り下げ

小規模から大型案件等々、多岐にわたる作業が発生するリフォーム全体をすべて始めから、完璧に行うことは難しい。①間取り変更や内装などの快適性、②風呂やキッチンなどの機能性、③屋根、外装などの耐震・安全性、④節電、節水など省エネ性の4つの視点などの中で専門性を掘り下げ、強味を明確にしたい。自社の得意分野で顧客開拓と信用を勝ち取り、総合リフォーム会社へと進めていきたいところだ。

また、得意分野を作ることで、大手不動産会社からの受注も受けやすくなり、売上の安定にもつながる。大手の場合には専門性よりもブランドで仕事をとってくるケースが多いことから、自社の専門性が大手に対し有利な条件を引き出す要件にもなる。

### ②紹介営業、口コミを重視する

悪質業者問題等、信用が重要視されることから、請け負い仕事を行った顧客からの紹介を得ていくような形で営業を進めることが求められる。顧客名簿の整備と定期的な訪問を通じて、近隣の改築、リフォーム情報を収集し紹介してもらい、また口コミで自社の認知が高まるように心がける、などが肝心である。地域のコミュニティ、情報交流から、仕事が発生しやすいことをしっかりと意識しておきたい。

### ③従業員の多能化を図る

業務を細分化していくと、内外装から設備工事全般にわたるまで、多様な作業を行うケースも出てくる。こうしたことから、自身と自社社員の多能工化を図ることが、業務の内製化を進め、利益率を高める源泉となる。新たな技能を取り入れる風土、体制をじっくりと作り、業務対応力を強化していくことが重要である。新規案件へのチャレンジ、積極的な対応姿勢が多能工化を推進する。

## (5) 独立・開業に向けて

### ①経験・技能、技術等について

業務範疇が非常に広く、様々な作業や知識が必要となる。人を雇用して事業を始める場合でも、現場業務に関する対応力は必須であることから、一定期間の実務経験が必要不可欠な要件となる。また、リフォームに関する消費者への所得減税の制度や補助金など、いろいろな支援制度がある。こうした内容についても、十分に知識を有しておくことが求められる。

また、開業する地域での個人からの安定した受注は、当初の段階では難しい場合が多い。したがって、地元の不動産会社や工務店などから、下請け業務を受注する必要がある。発注元となる事業者との人脈も肝心な要件である。

### ②開業計画書の着眼点

実務経験の内容について詳しく説明したい。どのような業務に携わったのか、期間はどの程度か、専門分野があれば、その中味を誰にでも分かるようにしておくことが求められる。そして、自社の専門領域、もしくは得意とする分野につなげるような形で業務内容を説明することが大切である。

下請け業務における売上に関しては、発注先と受注内容、さらに発注先との関係も明確にしておく。どのような経緯で独立に至ったのかといった部分も含めて、発注先との関係は重要な要素になることを念頭において、説明しておきたい。改築、リフォーム業務などを直接消費者から受注する部分については、販売促進活動、営業のやり方を明らかにしておきたい。

資金面においては、大型の機械などを必要としないことから、事務所開設費、車両が設備資金のほとんどを占め、設備資金は少なめである。ただし、運転資金面では、人件費、材料費の支払いと、受注から入金までの予定を精査しておく必要がある。売掛金が発生する場合には、資金繰りについて注意を払い、資金に余裕を持たせておきたい。

その他、材料の仕入れ先や外注先などのほか、雇用する者がいる場合には、業務経

験や専門領域、雇用に至る経緯なども大事な内容となる。

### ③法律、規制など

建築業法、消費者契約法、住宅瑕疵保険履行法などに加えて、住宅エコポイントや助成金、住宅ローン減税等、リフォームに関連する法律や制度については、細かな点まで情報を収集しておくことが求められる。

#### (6) ワンポイントアドバイス（繁盛への新たな視点）

訪問介護などを行っている介護関連の事業者、医療機関との連携を進めていきたい。こうした施設のケアマネージャーなど担当者は、高齢者宅との関係を早い段階から持ち、高齢者本人もしくは親族との信頼関係を築いている。高齢者宅の機能性、利便性を高めるためのリフォーム需要を獲得するための手段、また介護の現場の声を積極的に生かした増改築の提案に活用できる。介護事業に関わる事業所、担当者との人脈作りは、直接受注の重要なファクターと言える。信用を高め、地域での認知の浸透を図るための大切な手立てともなる。

#### (7) 業界団体等の URL

①一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会

<http://www.j-reform.com/>

②公益財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター

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

(8) 財務シミュレーション

資金計画例		単位:千円
	内容	金額
設備資金	内装費	1,500
	物件取得費	700
	車両	1,500
	工事器具・備品等	1,000
	小計	4,700
運転資金	材料費(2ヶ月)	12,000
	人件費(2ヶ月分)	1,800
	諸経費(2ヶ月分)	660
	小計	14,460
	合計金額	19,160

収支例		単位:千円
	金額	構成比
売上	96,000	100.0%
売上原価	72,000	75.0%
売上総利益	24,000	25.0%
経営者報酬	6,000	6.3%
従業員給与	10,800	11.3%
家賃	1,200	1.3%
旅費交通費	720	0.8%
通信費	600	0.6%
水道光熱費	240	0.3%
広告宣伝費	360	0.4%
減価償却費	400	0.4%
その他経費	840	0.9%
経費合計	21,160	22.0%
営業利益	2,840	3.0%

\*前提条件：事務所 10 坪

①資金計画例について

- ・内装費：坪単価 150 千円×10 坪
- ・事務所取得費：家賃×7 ヶ月（仲介手数料、敷金・保証金など）
- ・工事器具・備品：電動工具、パソコン、机、椅子など

②収支例について

- ・売上：月謝、住宅リフォーム平均受注価格 2,000 千円、月 4 件受注で算出
- ・売上原価：材料費、外注費など
- ・人件費：社員 3 名で算出
- ・広告宣伝費：ホームページ運用費など
- ・減価償却費：内装費、車両など
- ・その他経費：交際費、保険、雑費など