

大規模リフォーム工事の傾向と対策

～ OB 客からの高額リフォーム受注についての考察～

新築購入者が減っていく状況で、リフォーム工事に力を入れようとする会社が増えています
そんな時まず考えるのが、自社の OB 客からの大規模リフォーム工事の受注です
しかし、何から始めれば良いのか、どのようにやれば良いのか、いろいろ不安なこともあると思います
そこで大規模リフォーム工事の実態調査を行いました

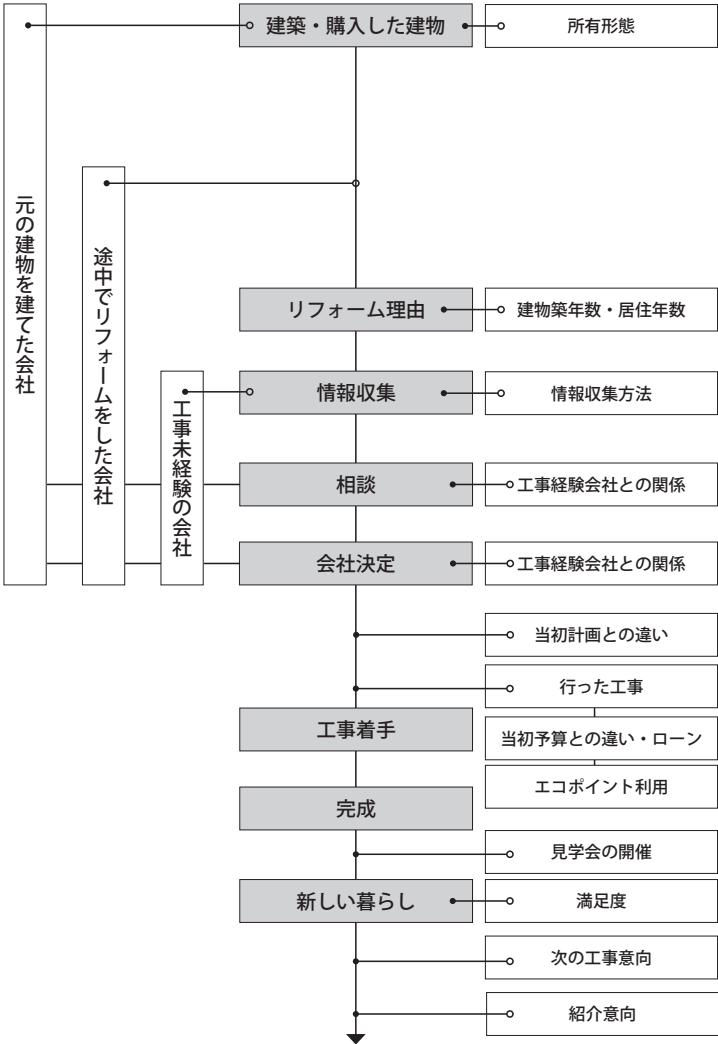
- 調査目的
- ① OB 客から高額リフォームを受注する戦略策定の参考にする
 - ② 他社 OB 客から高額リフォームを受注する戦略策定の参考にする
 - ③ ストック活用中心になる住宅業界での戦略策定の参考にする
- 調査方法
- インターネットを使ったリサーチ。実施は、株式会社マクロミルに委託した
- 実施期間
- 2016 年 7 月 7 日～7 月 8 日
- 調査対象
- ① 株式会社マクロミルのモニター
 - ② 2014 年から 2016 年 6 月の間で
 - ③ 500 万円以上のお金をかけて
 - ④ 戸建ての建物の
 - ⑤ リフォーム工事を行った人 309 人

分かったことをまとめました。特に重要なことは
前回調査で、全体の 30% しかいなかった「元の建物を建てた会社
社にリフォームを頼んだ人」が、今回は 42% に増えていたこと！

右の図のような調査を行いました。それを「大規模リフォーム工
事の傾向」としてまとめました
さらに、自社 OB 客から大規模リフォーム工事を受注するための
具体的な手法を 7 つのステップにまとめました

フローからストックへと変化していくこれからの住宅業界。今後
の戦略策定の一助となれば幸いです。是非お問い合わせください！

調査の全体像



お申込みは このまま FAX で ⇒ 03-3358-1429

お申し込み後、本書と請求書を送付致しますので届き次第費用をお振込みください。

貴社名		申込ご担当者様	
申込ご担当者様 所属部署		申込ご担当者様 役職	
お電話番号		FAX 番号	
ご住所	〒		

■料金

■大規模リフォーム工事の傾向と対策	90,000 円（税別）	冊
-------------------	--------------	---

※各種会員の方は、80,000 円（税別）になります

※この書籍の内容についてのお問い合わせは、（株）住宅産業研究所 06-3358-1407 恵美まで
その他のお問い合わせは、（株）住宅産業研究所 03-3358-1407 黒木まで

本書の内容（全 200 ページ）（ページ数は変更する場合があります）

第Ⅰ章「調査概要」

1-1 調査概要

1-2 前回調査との違い

1-3 サンプル属性 工事

1-4 サンプル属性 人

参考 オーナープロファイリング
(鉄骨系メーカー、木質系メーカー、ローコストの3パターン)
1-5 サンプル属性 建物

■この章では調査全体を解説します

- ・調査目的、調査方法、質問内容を説明します
- ・前回行った同じ調査との比較を解説しています。時代背景の違い、調査結果の違いなどから今のリフォーム工事の特徴を解説します
- ・調査サンプルの属性を説明します。工事の規模、初回か再リフォームか（入居年数別、建物の築年数別）、人の属性、建物の属性（建てた会社、築年数、所有形態など）

第Ⅱ章「行った工事」

2-1 行った工事

2-1 一緒に行った工事

2-3 その他の工事

■この章では行った工事を解説します

- ・行った工事を、7つの種類（構造、光熱費削減、断熱、使い勝手、水まわり、内装、外装、その他）25項目に分けて、実施したかどうかを聞いています
- ・それぞれの工事と一緒に行った工事について分析しています。今回の調査では、延べ2,370件の工事を309名が行っているため、一人当たり7.7件の工事を行ったことになります
- ・項目になかった工事を行った（その他）場合、行った工事を質問しています

第Ⅲ章「工事の理由・情報収集」

3-1 工事を行った理由

3-2 工事を行った理由と実施した工事

3-3 工事を行った理由と元の会社

3-4 工事を行った理由と築年数

3-5 工事を行った会社と居住年数

3-6 当初予定と実際の工事

3-7 情報収集活動

3-8 工事を行った理由と情報収集活動

3-9 元の工事会社と情報収集活動

■この章では工事を思いついてから情報を集めるまでの行動を解説します

- ・なぜリフォーム工事を思いついたのかを19項目の質問で聞いています
- ・リフォーム工事を思いついた理由を、実施した工事別、元の会社別、築年数別、居住年数別に分析しています
- ・リフォーム以外の選択肢がなかったかどうかを聞いています
- ・情報収集活動を18項目の質問で聞いています。活動と理由別、活動と元の会社別に分析しています

第Ⅳ章「会社決定」

4-1 相談した会社

4-2 工事をした理由と相談した会社

4-3 元の会社と相談した会社

4-4 相談した会社と行った工事

4-5 相談した会社と情報収集活動

4-6 決定した会社

4-7 元の会社と決定した会社

4-8 決定した理由

■この章では会社決定までの経緯を解説します

- ・どんな会社に相談したのか、工事を依頼したのかを、過去の工事経験がある会社（2パターン）、工事経験がない会社（5パターン）に分けて質問しています
- ・工事経験のある会社に相談した理由、しなかった理由を聞いています
- ・最終的に工事を依頼する会社を決めた理由を聞いています
- ・特にここはOB客受注に必要なことが分かります

第Ⅴ章「工事完成」

5-1 工事金額

5-2 ローンの利用

5-3 エコポイントの利用

5-4 現場見学会

5-5 満足度

5-6 次の工事意向

5-7 紹介意向

■この章では行った工事の内容について解説します

- ・工事金額を、予定していた金額と実際にかかった金額に分けて聞いています
- ・ローンやエコポイントの利用状況を聞いています
- ・現場見学会を依頼されたかどうか、実施したかどうかを聞いています
- ・満足度を5段階で聞いています
- ・次もリフォーム工事を行うかどうか、工事をした会社を紹介するかどうかを聞いています

第Ⅵ章「受注獲得」

6-1 リフォーム営業概論

6-2 満足度が高まる引渡し

6-3 良い関係を維持して育てる

6-4 有料メンテナンス工事の受注

6-5 引き合いがあつてからの対応

6-6 初回プレゼン

6-7 クロージング

6-8 工事対応

■この章ではOB客からの高額リフォーム受注活動を解説しています

- ・リフォーム営業と新築請負住宅営業、分譲住宅営業との違いを解説しています
- ・OB客からの高額リフォーム受注活動は、まさに「農耕型営業」！
土を作るときから収穫までに、しなければいけないことを、ロジックと実例で解説しています