



2025年から大きく変化

リフォームビジネスで十分気を付けたいこと

 **SHIMIZU**
清水英雄事務所株式会社

Produced by Hideo Shimizu office Company Limited

日合商WEB
セミナー

Japan Plywood Wholesalers Association



東京都千代田区麹町3-1-4
TEL: 03-5256-5980
<http://www.nichigoho.net>
e-mail: president@nichigoho.net

2025.06.19

2025年から大きく変化
リフォームビジネスで
十分気を付けたいこと

日本合板商業組合

×

清水英雄事務所(株)

音声についてのご案内

YouTube JP

検索

ゼロ 改正温対法、ここがポイント

2030年度 13年度比 46%減を4月に決定
太陽光発電拡充

50年 実質ゼロ 改正温対法に明記
洋上風力発電を増強

清水英雄事務...

Produced by Hideo Shimizu office Company Limited

日本合板商業組合

2021.06.17 脱炭素社会×第四次産業革命～日本社会のグランドデザイン～

2021年6月17日 web講演会「脱炭素社会×第四次産業革命～日本社会のグランドデザイン～」

限定公開

YouTube画面左下にある
音声バーで
音量を調整してください



Produced by Hideo Shimizu office Company Limited

日合商 WEB
セミナー

Japan Plywood Wholesalers Association

東京都千代田区麹町3-1-4
TEL 03-5256-1980
http://www.nichigoho.net/
e-mail: nichiho@nichiho.com

2025.06.19

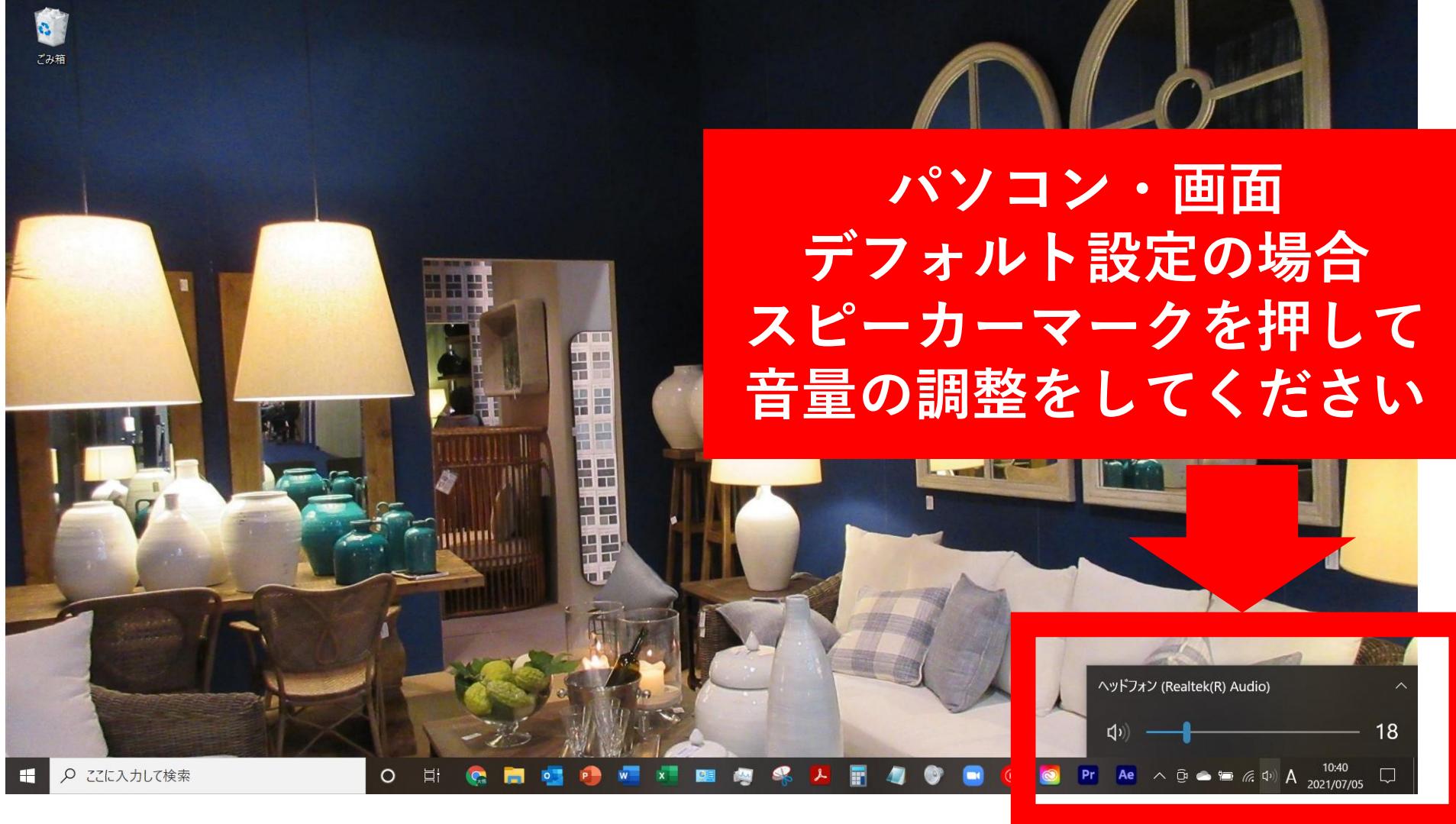
2025年から大きく変化
リフォームビジネスで
十分気を付けたいこと

日本合板商業組合

×

清水英雄事務所(株)

音声についてのご案内



Produced by Hideo Shimizu office Company Limited

日合商 WEB
セミナー

Japan Plywood Wholesalers Association

東京都千代田区麹町3-1-4
TEL 03-5256-9880
<http://www.nichigoho.com>
e-mail : pwseminar@nichigoho.com

2025.06.19

2025年から大きく変化
リフォームビジネスで
十分気を付けたいこと

日本合板商業組合

×

清水英雄事務所(株)

工務店だけでなく、流通店自らも行っているリフォームビジネスは2025年の建築業法改正から大きく変化しました。転換点となっているのは建築確認申請にかかるかどうかというポイントです。抜け道を抜けていく方針が散見されますが、住宅の資産価値を担保する、住宅に将来生じる可能性がある不利益に備えて、あらかじめ補填の準備をする為には法律の網目をかいくぐるのではなく、消費者に対して十分に説明を行い十分に理解してもらうことが重要です。悪徳業者や新規業者が乱立するリフォーム業界において、今後のビジネスを円滑に進める為に気を付けたいポイントを解説します。

2025年経済見通し

図表1：2024年の日本経済の状況

国内	海外
<ul style="list-style-type: none">能登半島地震や台風などの<u>自然災害</u>自動車の<u>工場稼働停止</u>賃金・物価上昇の継続で<u>日銀が利上げ</u>下落基調にあった<u>実質賃金の底入れ</u><u>訪日外客数</u>が過去最高更新	<ul style="list-style-type: none">欧米での<u>利下げ</u>開始<u>米国経済</u>が想定以上に<u>堅調</u><u>中国の不動産不況</u>の継続<u>中東情勢・ウクライナ情勢</u>の緊迫<u>シリコンサイクル</u>（世界の半導体市況）の回復

<ul style="list-style-type: none">日本の<u>実質GDP成長率は▲0.1%</u>（名目ベースでは+2.7%）の見込み ⇒G7の中では最も低い伸び（前年の経済正常化による高成長（米国に次いで2番目）からの反動も一因）国内の<u>営業利益と経常利益は過去最高更新</u>の見込み（全規模・全産業（除く金融保険業）） ⇒1~9月の経常利益は前年同期比+8.8%、製造業・非製造業ともに増益
--

金融市场・商品市況
<ul style="list-style-type: none">株式：日経平均株価は<u>過去最高値と過去最大の下落幅</u>を記録するなど不安定な動き
<ul style="list-style-type: none">債券：長期金利（新発10年物国債利回り）は日銀の利上げもあって<u>1%前後</u>で推移
<ul style="list-style-type: none">為替：ドル円相場は夏場にかけて大きく変動するも概ね<u>150円/ドル前後</u>で推移
<ul style="list-style-type: none">商品：原油価格（WTI）は春に1バレル87ドルまで上昇したが秋以降は<u>70ドル前後</u>で推移

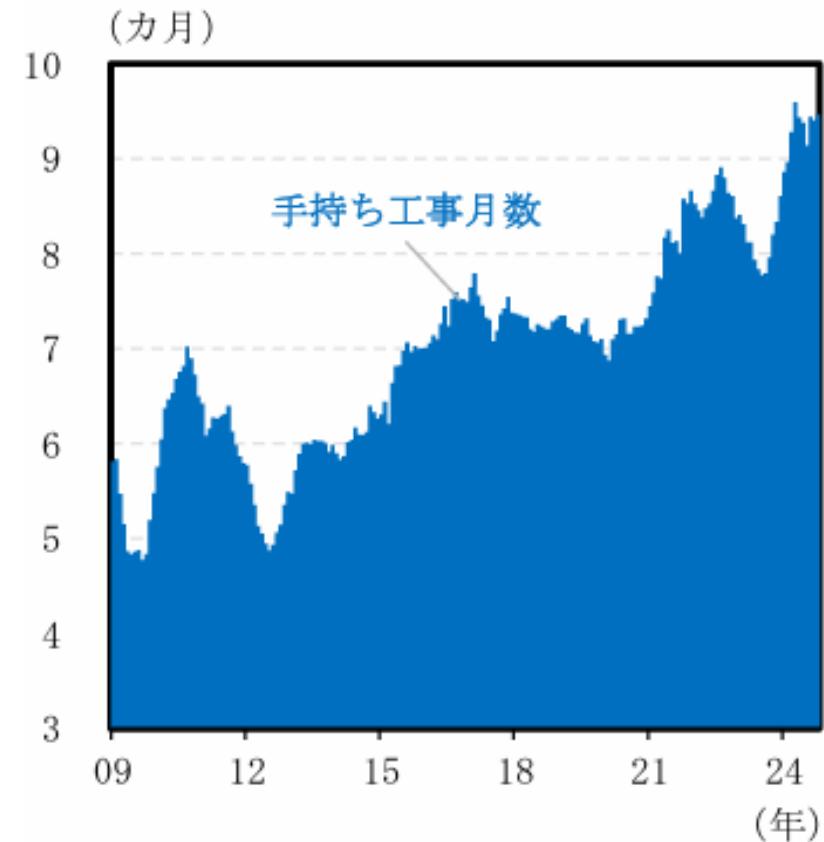
供給制約とは人手不足や物流の停滞で供給が一時的に追いつかない状態

建設業では、**受注はあっても着工できない案件が多く**、工事の遅れが建設投資の足かせになっている可能性があります。

背景には、残業規制の強化や人手不足があり、1人あたりの作業時間が限られることで工期が伸び、結果として需要に応えきれない状況が生まれています。

こうした供給制約は、2025年も続く見通しで、今後も建設現場の対応力が問われる局面が続きそうです。

民間・非居住用の手持ち工事月数



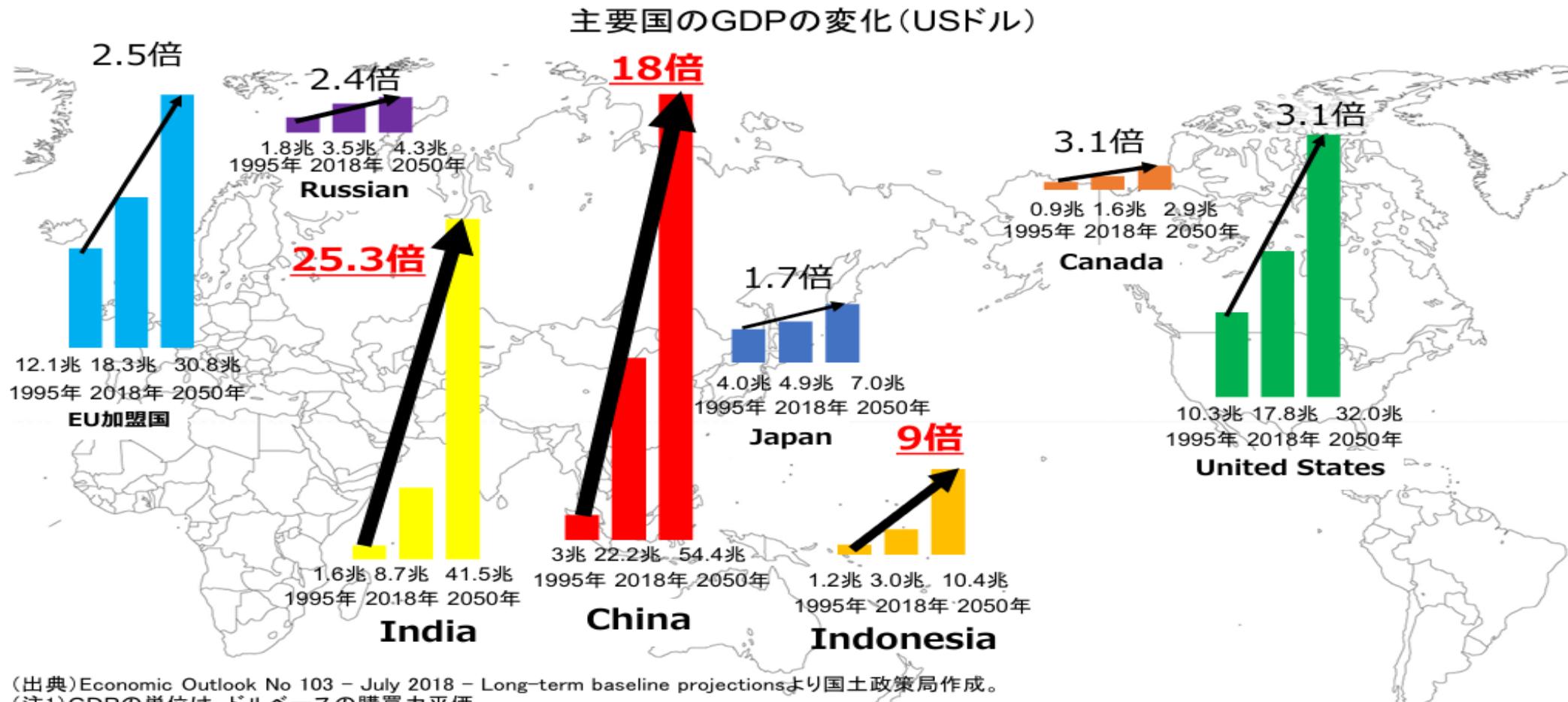
建設業界にかかる消費者動向予測について

- 住宅ローンのない高所得世帯でも消費が停滞している。
- 住宅価格の高騰により、購入前の節約志向が強まっている。
- 消費の中心となる40～50代の「就職氷河期世代」も消費が低迷。
- 氷河期世代はキャリア形成が難しく、所得の伸びが鈍かったことが影響している。
- 構造的な要因により、個人消費の回復は想定よりも鈍い可能性。
- 今後は世帯属性別の消費動向に注目が必要。

1. 消費の主力層である40～50代の消費が伸び悩み
2. 高所得層でも住宅購入前の節約傾向が強まっている
3. 構造的な背景から、個人消費の回復は想定よりも鈍い可能性がある

各国のGDP伸び率の見込み

- アジア主要国のGDPは大きく増加し、1995年以降の約50年間で、中国のGDPは約18倍、インドは25.3倍、インドネシアは9倍の成長となる見込み。他方、先進国のGDPは緩やかな増加となっており、日本は約1.7倍となる見込み。



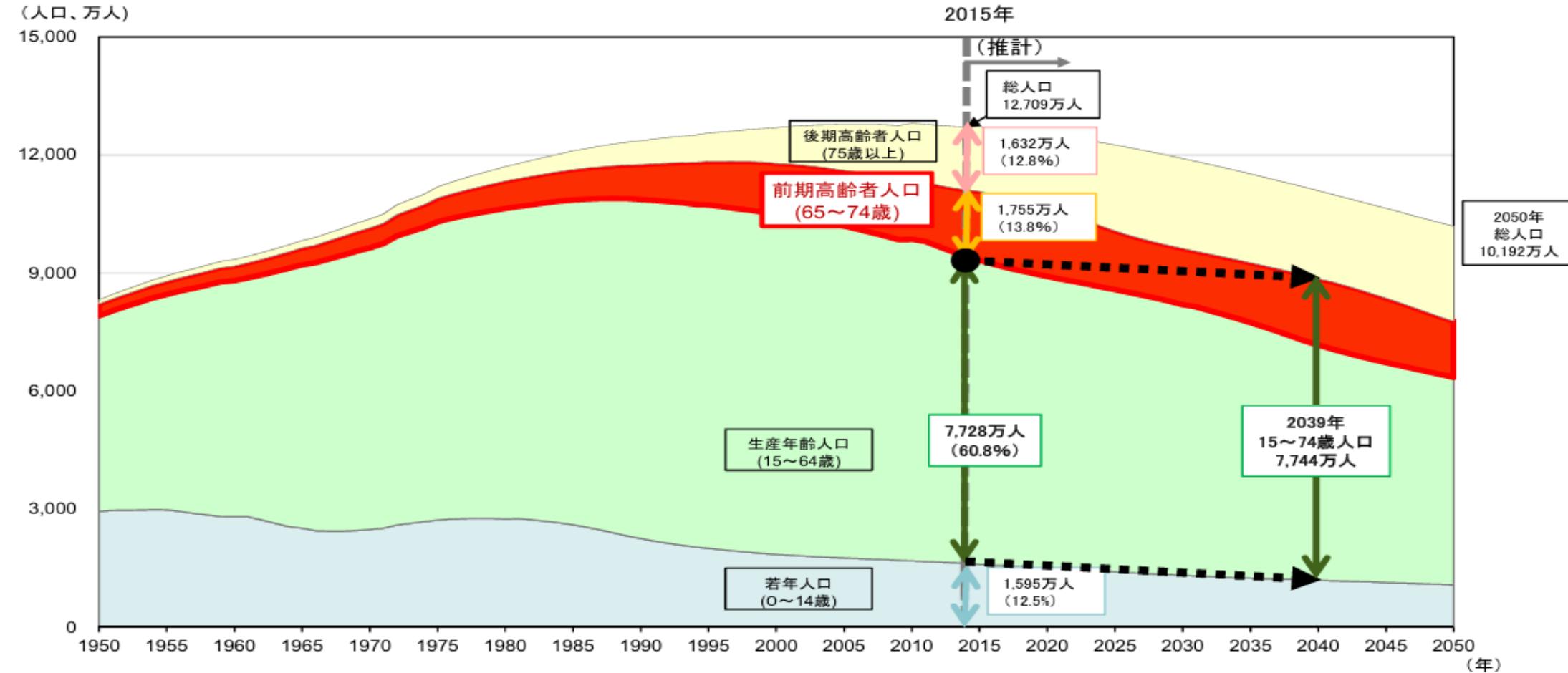
(出典)Economic Outlook No 103 – July 2018 – Long-term baseline projectionsより国土政策局作成。

(注1)GDPの単位は、ドルベースの購買力平価。

(注2)EU加盟国は、OECD加盟国の中、EUに加盟している23か国。

年齢階層別将来推計人口

- 日本の人口減少を年齢階層別に見ると、2015年から2050年にかけて、生産年齢人口は2,453万人減少する。
- 一方、後期高齢者を生産年齢人口と捉えれば、2039年でも現在の64歳までの生産年齢人口は維持できる見通しであり、社会の活力の底上げのためにも、働く意欲のあるアクティブシニア等の一層の労働参加が期待される。



建築業法改正 4号特例縮小
大規模リフォームの
注意点

課題 1

大規模リフォームの注意点

課題 2

旧耐震・新耐震時代の建物の 確認済証の有無

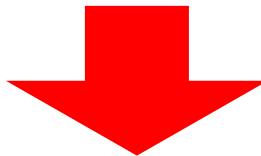
課題1 大規模リフォームの注意点

大規模の模様替は**確認申請が必要**となる

・・・大規模の模様替の定義は「過半」



1回の工事で「過半」とならないように工期を分ける
= 確認申請を回避できる?



重要なポイント

工事を分けても結局、合わせて過半以上の模様替えになる為、
そのやり方では「違法」となるか? ←ここが焦点

※罰則事例を作るといった対策が出ている。

罰則は業者だけでなく、施主も?・・・

更に課題

1981年以前の旧耐震の建物は

確認済証の有無が重要！

申請済書が無いと構造が確認できないという問題が発生

→旧耐震ストックの活用は難しいか…

壊して建て替えてしまった方が良い場合も…

旧耐震のリフォームは今後非常に難しくなります

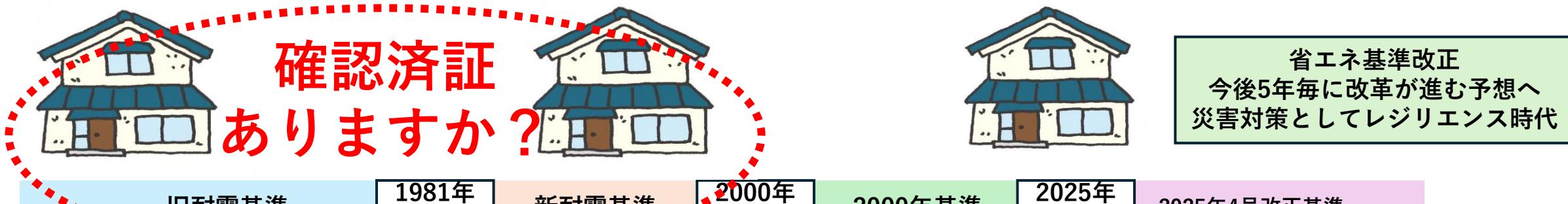
耐震基準時期による注意するポイント

住宅行政に係る基準改正

旧耐震・新耐震・2000年基準

※旧耐震・新耐震・住宅改修について事前調査が重要です

1. 旧耐震住宅・新耐震住宅等は確認済証の確認が重要です。
→以前の確認済証がない場合、リフォーム・リノベーション工事の際、確認申請が課題
3. 旧耐震住宅等の改修工事は基礎配筋が入っていないと全面基礎補強が条件
4. 外壁・屋根等のメンテナンスリフォーム（カバー工法・上塗りなど）が増える？
5. 改修の課題は構造・耐力壁・筋交い・基礎配筋・各社チェック項目で対応
一番最初に建築書類の確認済証が重要…後に問題や課題が出る恐れがあります



1981年5月31日以前に確認申請した家

1981年6月～2000年5月末

建築基準法上の耐震基準期間

「旧耐震基準」…1981年5月31日までに建築確認された建物に適用

「新耐震基準」…1981年6月1日～2000年5月31日までに～同上

「2000年基準」…2000年6月1日以降に～同上

「2025年基準」…2025年4月1日4号改正…省エネ基準改正

2025年6月時点の状況課題

1回の工事で過半とならないように工期を分けることで、確認申請を回避できる？

建築業法関連有識者による回答

課題：大規模リフォームとならないように工事を分けられるか？

回答：工事を分けることで確認申請を回避できてしまう、罰則もない

- 大規模修繕、模様替え工事の工事を半分ずつ2回に分けて行う場合は違法とする手立てはない
- 確認申請を逃れるために工事を半分に分けるのはやめてほしい（設計工事側の意識の問題）が、それがわかったとしても行政側としては処罰することができない

課題：建築基準法に違反した際の罰則は施主に適用されるか？

回答：単純に確認申請をするべき物件を申請せずに工事を行った場合は
罰則規定はある。施主にも適用される場合がある

- ・例：建築確認が必要な建物について建築確認を受けなかった場合の罰則は、
- ・1年以下の懲役または100万円以下の罰金です（同99条1項）
- ・通常は施主（発注者）に罰則が適用されない。原則、設計者や工事施工者が対象です。
- ・ただし、違反が施主の故意によるときは、施主にも罰則が適用される可能性があります。

- ・半分ずつ工事する事は可能で罰則もないが役所から睨まれる可能性
- ・必要な申請を怠った場合は設計者、施主共に罰則適用がある

業務対応

大規模の模様替は確認申請が必要 現状課題

大規模の模様替の定義は「過半」

- 1回の工事で過半とならないように工期を分けることで、確認申請を回避できる？

1. 確認申請をせずに行えるのは・・・躯体をいじらない場合の外装塗り替え・屋根吹き替え

※ただし全面の場合は都度検査機関の判断

2. 内装工事で間仕切り変更や躯体をいじる場合は確認申請が必要

3. 建築時期の確認済証が必要です

古い物件は基礎が無配筋だと躯体をいじる場合に基礎補強工事が必須です

建築業法改正について施主（消費者）に伝えなかった場合

（例）

施主に法改正の内容を知らせずに施工を2回に分けて行った場合

→事実を伝えなかっただことで、「不実告知」として訴訟問題になる可能性

施主にとっては確認申請等があった方が住宅を資産価値として捉えた場合、メリットが出る可能性があり

【結果】施工を分けて確認申請を免れた場合、
施主は不利益を被る可能性がある

旧耐震・新耐震等の改修施工ポイント

1. 外壁：交換又は塗り替え・・・・・・・法律には遡及しない（※1）
2. 屋根：塗り替え又はカバー工法・・・・法律には遡及しない（※1）
3. 窓：内窓改修で行う（断熱 内窓サッシ後付け）・・・法律には遡及しない
4. 間取：間仕切りは変えない（間仕切りを変える場合は確認申請の必要がある）
5. 耐震：旧耐震の一番問題は基礎の無筋基礎・・・事前に調査、古い家は要チェック

※1：外壁・屋根については過半の修繕等の際には従来通り、
防火改修促進の観点から現行基準適合を求める

政令において、大規模な修繕・模様替えに係る
既存遡及緩和を規定している令第137条の12に位置付けることを想定

2025年4月～・・・建築基準法改正

1. 4号建築物は新2号建築物と新3号建築物に分かれる
2. 床面積200m²以下の平屋を除く木造住宅は新2号建築物となり
審査省略制度の対象外となる
3. 新たに多くの建築物の新築や増改築で建築確認申請・確認済証が
必要になることから、混乱が生じるおそれも
4. 工期延伸や設計費・建築費の上昇は避けられないものと見られる
5. 仕上げや設備など仕様の決定を早め、精度を高める必要がある

大規模リフォームは建築確認申請が必要になるポイント整理

1. どんな建築物に申請が求められるか？

リフォームでの建築確認では現行の2号建築物と3号建築物は、大規模の修繕や模様替え、増築等に申請が求められます。

以前までの4号建築物では大規模の修繕や模様替えは不要でした

しかし、2階建て一戸建て住宅などが対象となる建築基準法改正後の新2号建築物は、大規模な修繕・模様替えにも建築確認申請が必要になります。

2. 大規模な修繕・模様替えとは？

建築基準法で「主要構造部の一種以上過半の修繕・模様替え」

と定められています。主要構造部は、壁・柱・床・はり・屋根・階段を指します

3. 工期の延伸や費用の上昇の可能性？

確認申請では原則として現行の法令に適合することが必要となりますので、

2025年4月以降は、主要構造部の過半以上の修繕・模様替えを伴うリフォームもまた、着工までの申請手続き、現行法への適合工事など工期の延伸や費用の上昇が避けられない。

中古住宅はできる限り「検査済証」がある物件

中古住宅はできる限り「検査済証」がある物件 改修履歴がわかる物件が対象へ

リフォームで建築確認申請する場合は、建物が建築された当時、どのように建てられていたのかを確認する必要があります。

検査済証があればその時点での法令に適合していることがわかるので、完了検査後の建物の改修内容を確認すればよくなり現状の調査範囲を絞り込むことができます。

POINT

検査済証を紛失しても特定行政庁が発行する建築確認記載事項証明書の台帳にて確認は可能です。

何故、建築基準法改正で4号特例は縮小されたのか？

1. 今までの建築基準では大地震・噴火等の影響に堪えられない
旧耐震・新耐震・等は改修時に懸念がある為改修ルールが変わった
2. 今後予想される巨大地震・南海トラフ地震・首都圏直下地震
北海道沖千島海溝巨大地震・・・富士山噴火2030年±5年以内
3. 避難所に入れない、在宅避難のための住宅性能向上
4. 命を守る・災害から暮らしを守る=レジリエンス
5. 災害発生後のライフライン復旧までの期間対策

リフオ一ム事業

リフォーム市場規模・動向

- ① 2023年の住宅リフォーム市場規模は約7.4兆円、2024年は7.1兆円とやや縮小が予測されていますが、長期的には2030年に7.7兆円、さらに中古住宅流通と合わせて14兆円、将来的には20兆円規模を目指す動きが続いています。
- ② コロナ禍での「ステイホーム需要」から、今後は断熱・耐震など住宅性能向上リフォームへのシフトが顕著です。
- ③ リフォームを依頼する「コア世帯（今すぐ）」「潜在世帯（今後）」は全世帯の6割超に及び、今後も安定した需要が見込まれています

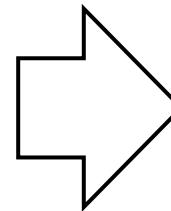
リフォーム業界の現状

建築基準法改正（4号特例縮小）と省エネ義務化が進む中、現場では・・・

＜“追われていない”空気＞

壁量基準
1年猶予期間

確認申請がいらない
リフォーム工事が中心



危機感が希薄

新築はZEHレベルをこなせる工務店だけに絞られ、
注文住宅・自由設計等の従来のやり方が継続している
ことによって効率化が遅れ、工期が長期化

リフォーム販売の過去と現在

過去の住宅リフォーム販売

①営業スタイル（アナログ）

- 訪問販売や飛び込み営業が主流
- チラシやダイレクトメールなど紙媒体中心の集客

②顧客との関係（短期）

- 短期的な「売り切り型」の営業
- 顧客情報の蓄積や管理が不十分（個別訪問や紹介ベースが多数）

③提案内容（単発）

- 部分改修や単発リフォームがメイン（例：SK交換、外壁塗装）
- 顧客の要望に応じるだけの「御用聞き型」対応

④商談プロセス（技術ベース）

- 「職人肌の営業」や「押しの強い営業」で決めるケースも
- 顧客の生活や価値観のヒアリングは浅め

現在の住宅リフォーム販売

①営業スタイル（デジタル+アナログ）

- WEB集客（SNS、Web広告）
- オンライン相談などのデジタルシフト
- セミナー・勉強会を通じた「教育型営業」も増加

②顧客との関係（長期）

- 長期的なリピート受注・顧客管理の重要性が増す
- CRM（顧客管理）やLINEなどのツールで関係性を深める

③提案内容（複合）

- 部分リフォームから、生活価値提案型の全面改修・性能向上提案
- 省エネ・ZEH改修やDX（IoT住宅）など時代に合わせ提案

④商談プロセス（意見抽出・仕組み化）

- 顧客のライフスタイル・価値観・将来設計まで踏み込んだ提案
- ショールーム・VR・3Dモデルなど視覚的な提案ツール活用

一部の先進的な会社を除けば、
まだ旧来型の販売スタイルにとどまっているケースが多い

リフォーム店の売上と規模感

会社規模	売上高の目安	高額リフォームの対応力
大手（全国規模）	10億～100億円以上	2000万円～4000万円超も多数対応
中堅（地域密着）	1億～10億円	1000万円～2000万円規模中心
小規模	～1億円	500万円～1000万円規模が中心

AI・ブラウザ検索機能では上記のように結果が出てくるものの
実際に、リフォーム専門として
工事を提供している会社の情報しか上がらない
実際のところ、
小規模の工務店・リフォーム店では更に少額リフォームがメイン

小規模で高額リフォーム受注を獲得するには？

販売店や流通店が自らリフォーム事業を立ち上げるとき、陥りやすいのが「**仕組みがないまま、現場対応に追われる**」という構造的な問題です。

とくに高額案件になればなるほど、お客様との関係構築や信頼醸成に時間がかかるため、

「**工事に忙殺されている間に、次の受注の芽が消えていく**」

——そんな悪循環に陥るケースも多く見受けられます。こうした事態を避けるには、**初期段階から以下の3点を“仕組み”として設計することが重要です。**

小規模で高額リフォーム受注を獲得するには？

①正確なターゲット設定がすべての起点

漠然と「リフォームを考えている人」を相手にしていては、単価も反響も伸びません。

狙うべきは、「**具体的な生活課題を抱えていて、かつ支払能力がある層**」。

- ✓ 築20年以上の戸建に住む60代以上（介護・二世帯・相続視点）
- ✓ 自宅の価値を見直したいと思っている持ち家層
- ✓ 子育てを終え、夫婦ふたりでの暮らし方を再設計したい層

②お客様が「受け身」にならない導線設計

ただ広告を出しても、興味も温度感も測れません。

- ✓ 「老後の暮らし設計 ワークショップ」
- ✓ 「収納と動線を再考する リフォーム勉強会」
- ✓ 「あなたの家、あと何年使えますか？無料診断」

能動的参加型コンテンツを通して、お客様自身の中にある「**ぼんやりとした不安**」や「**まだ言語化されていない要望**」を引き出す

③「**営業がいなくても回る仕掛け**」をつくる

少人数体制の中で現場と営業を両立するのは現実的ではありません。だからこそ、「仕組み化」が必要です。

- ✓ OB顧客からの紹介が生まれる設計
例：工事後の定期訪問→ミニ冊子配布→紹介キャンペーン告知
- ✓ 自社施工事例を活かした動画やSNS発信
→営業不在でも「この会社、感じがいい」と思ってもらえる設計

小規模で高額リフォーム受注を獲得するには？

現場対応を最優先にする限り、
リフォーム事業は育たない

リフォームリノベーション商品化 セットパッケージの話

顧客が要求するものと会社が提供するもの

「お客様に喜ばれる設計」
それが設計士の仕事だと思いませんか？

顧客が要求するものと会社が提供するもの



「喜ばせる」とことと「売れる」とことは、
同じじゃない。

バランスが
重要

顧客が要求するものと会社が提供するもの

「売れる商品」を生み出せる設計士は、
ほとんどいない。

どんな商品が売れるのか？
資産価値が高いのか？

ブランドをつくる／顧客からの見え方を考える

1. エネルギー・環境対策

- ・ 太陽光発電／蓄電池
- ・ 高断熱・高気密（断熱性能）
- ・ IoTによるエネルギー・マネジメント
- ・ 気候変動を見据えた設計（自然災害含む）
- ・ 環境配慮型リフォーム（カーボンニュートラル意識）

2. レジリエンス・LCP対応

- ・ 災害時も安心なレジリエンス設計（停電・断水時対応）
- ・ 長期的なライフステージの変化に対応する間取り
- ・ 用途の汎用性（子育て→介護への転用など）

3. ユニバーサル＆ウェルネス設計

- ・ 全世代が使いやすい動線と設備配置
- ・ 在宅介護・在宅医療への対応力
- ・ 健康配慮（温熱環境、空気質、湿度など）
- ・ 快適性と安全性の両立

全ての要素を整理して、プレゼンテーションする

憧れ・共感
ライフスタイル提案

直感的な便利さ
生活とのフィット感

安心・安全・合理性

◆ 第3層（上位） | 感性的価値：デザイン・空気感
デザイン性・インテリア性
素材や色使い、照明計画
家全体の「世界観」や「ストーリー」

◆ 第2層（中間） | 利便性・操作性：使いやすさ
IoTや動線計画
ユニバーサルデザイン
スマート操作、生活習慣への対応力

◆ 第1層（基盤） | 機能的価値：暮らしを守る
太陽光・蓄電池などのエネルギー対応
断熱・快適性・健康・介護対応
レジリエンス・用途の汎用性
気候変動への適応力

感性的価値

機能的価値



リフォーム会社の状況 2020年代前半

2 : 6 : 2

先進的な会社

動けていない会社

終活or工事に振り切り

リフォーム会社の今後 2030年頃

35%廃業の時代

1

・

2

・

4

先進的な会社

動けていない会社

終活or工事に振り切り

セットパッケージを推進
設計デザイン推進

集客力・営業力が弱まり
工事会社としていくか?
高齢化の為終活するか?

リフォーム会社の今後 2030年頃



人材不足の話

～高齢化が深刻な業界～

積水ハウス 大工職600人規模から1000人規模に拡大

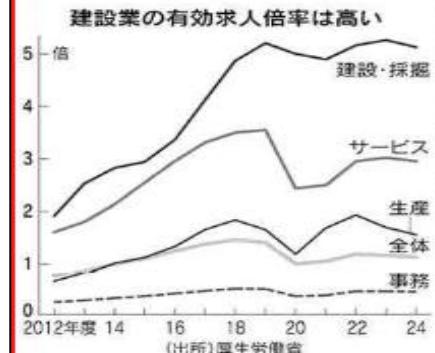
- 各大手ハウスメーカー各社は
大工職育成について、2015年頃から活動
積水ハウス2033年4月までに大工職拡大

- 工務店経営者の高齢化が進み、
2030年迄に工務店廃業が35%前後と予想

→建築業界は職人不足の傾向が強い

大手企業・ハウスメーカーが率先して人材確保に動いている中で、地場で活動している中小工務店・施工店は非常に難しい現状となっています

積水ハウスは職人の確保を強化する	
人員体制	2033年4月に職人の数を7割増の1000人に
待遇	当面130人前後の採用を続ける 25年4月に初任給を最大3%増加 年間休日を125日から最大129日に
研修体制	講師役のトレーナーの人数を増員 1チームあたり約20人の実習人数を15人以下に



く上昇した。鉄筋組み立てなどの建設業(くたい)工事従事者に限ると求人倍率は8・56倍に跳ね上がり、国内全体(14倍やサービス業(2・96倍)などと比べ突出している。

建設業の就業者に占める29歳以下の比率は12%に対

し、13歳以上は2倍近くで、10年で2倍近く上昇した。各種制度を整えた」と話す。

4月に初任給を前年比4.3%増の20万8,000円(都市部)と3年連続で伸ばした。現場のチーフを率いるリーダーである「チーフクラフター」の待遇も大幅に見直し、社内でも特に評価の高い20代の2人のリーダーは年収を前年比40%以上(上場の約850万円に引き上げた)。

出典：日本経済新聞

積水ハウス 人材定着と育成のための改革

■ 年収の引き上げ

2025年4月に初任給を3年連続で伸ばした。

* 前年比3%増の20万800円（都市部）

現場のチームを率いる社員の待遇も大幅に見直し、
社内でも特に評価の高い30～40歳代のリーダーの年収は
前年比40%以上増の約850万円（元の1.4倍）に引き上げ

■ 訓練センターで講師役を務めるトレーナー

は2026年1月末時点で37人と、前年から5人増やし、
トレーナー1人当たりの新入社員を20人→15人以下へ

■ 人材定着に向けた施策強化

職人に対し日々の訓練で不安に思う点などをスマホを
通して毎月聞き取るアンケート調査を2025年内に始める
年間休日を125日から最大129日へ増やす

積水ハウスは職人の確保を強化する

人員体制	2033年4月に職人の数を7割増の1000人に 当面130人前後の採用を続ける
待遇	25年4月に初任給を最大3%増加 年間休日を125日から最大129日に
研修体制	講師役のトレーナーの人数を増員 1チームあたり約20人の実習人数を15人以下に

出典：日本経済新聞

出典：日本経済新聞より抜粋

大工職高齢化・・・各社今後の大工職人材強化へ動き出している

■採用を強化する背景には深刻な人手不足

厚生労働省によると、

24年度の建設業（採掘含む）の有効求人倍率は**5.13倍** **10年で2倍近く上昇した**

「鉄筋組み立て」などの「建設軀体工事従事者」では

求人倍率は**8.56倍**に跳ね上がり、

国内全体（1.14倍）やサービス業（2.96倍）などと比べ突出している。

=仕事を探してゐる人1人に対して、8社以上同様の募集があり、
働き手から選ばれなければならぬ

■ベテラン・シニアの就業者を活かす戦略

総務省の労働力調査によると、
2024年の建設業の就業者に占める

29歳以下の比率は12%に対し、60歳以上は26%を占める。

一般的な年齢比率では29歳以下で17%、60歳以上で22%となっている。
建設業は他業種にも増して高齢化が顕著だ。

高齢化によるベテランの退職が進む中、将来の品質の担保という点で不安は残る



職人の育成のため待遇を改善し、よりよい環境で研修できる体制を整えている

①大手住宅関連事業社は次世代職人の育成と事業化を推進している

- ・外国人を採用して育成
- ・日本国内で事業化促進
- ・アジア諸国において事業展開を推進

②PC会社は、施工付・建て方等のサポートを行う体制を推進している

日本の大工職人に依頼することは非常に厳しい現状

！次世代人材の育成・人材確保が急務です！

■大手HM各社の現場監督は年収もランク別に違います

- 現場管理の指導者は30歳代から40歳代：次世代人材育成係
- 現場管理・監督等、賃金を年収で提示し事業の効率化を図る時代へ
2030年前後には多くの企業で
下図の給与体制が一般的になる可能性も示唆されている
今からの対策が急務です

ランク別年収 ※業界全体の平均的なデータに基づく

★大手が今後推進する現場管理の指導者	：年収850～1000万円
一般の施工管理者（補助技術者）	：年収350～500万円
主任技術者	：年収400～600万円
監理技術者	：年収600～800万円
現場代理人（所長）	：年収400～800万円

リフォームコンサルのご案内
月額5万円 (税別)

リフォーム受注拡大コンサル

※メール・ZOOMでの無料相談も随時受付中！

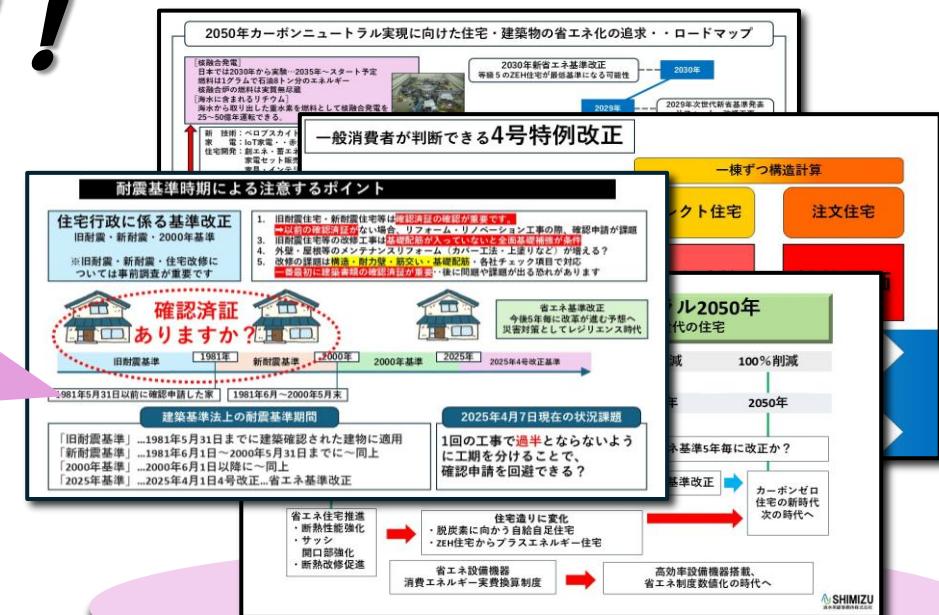
SHIMIZU
清水英雄事務所株式会社

国の最新情報、市場の動向をご存じですか？

スピード重視ですぐ結果を出す！

- ・利益を取りながら受注を上げる！
- ・国の最新情報をわかりやすく解説
- ・自社商圈の分析方法とは？

リフォーム受注を最大化する方法
をお教えします！



チャンスを逃さない為にも、是非お早めにご相談ください

概要

本コンサルはオンライン（ZOOM、Teams等）でも実施可能です。
貴社の現状や今後の展望、課題についてヒアリングを行った後、
貴社に合ったご提案をさせて頂きます。

内容

ご相談内容に応じて、ご提案を致します。下記は一例になります。

- ① 市場調査方法 ② 市場分析・掌握方法 ③ 市場開拓・開発方法
- ④ 集客・営業手法 ⑤ イベント・セミナー・フェア ⑥ 接客・ヒアリング
- ⑦ セールストーク ⑧ マナー ⑨ コト提案手法 ⑩ TOP営業開拓 ⑪ 国の最新情報

特典

今回特別に、本来年会費5万円(税別)の「AU CLUB」に無料でご招待！

■AU CLUBでは、ビジネスに役立つ情報から確実に押さえておかなければならぬ重要な最新情報を毎月のメールマガジンや、会員向け限定動画で配信をしています。

AUクラブについての詳細はこちら



料金

月額：5万円(税別)

※月毎の更新となります。月額料金未納の場合、自動的に解約となりますのでご了承下さい。

※無料ご招待の「AU CLUB」については、途中解約されても1年間有効となります。

お申込み

✉下記のメールアドレスまで✉

shimizujimusho.tokyo@gmail.com

【件名】リフォームコンサル申し込み

【本文】会社名・担当者名・住所・e-mailアドレス

上記、ご記入の上お申し込みください。

コンサルティング事例

弊社がリフォーム会社様へコンサルティングしてきた
事例をHPにて公開しております。

こちらのQRコードから、是非ご覧ください。



～お問い合わせ～
無料でのご相談も随時受け付けております

住所 〒114-0011 東京都北区昭和町1-9-18

Tel 03-3810-1565

Email info@au-shimizu.co.jp 担当：山本

住生活コンサルティング&LIFE style office
清水英雄事務所 株式会社

清水英雄事務所株式会社