住宅リフォーム工事における工 事業者の参画形態に関する研究 —南多摩地域を対象として—

A STUDY ON BUILDER'S PARTICIPATION FORM IN HOUSING RENOVATION

— Case study on south Tama area —

渡辺ひとみ — * 1 角田 誠 ——— * 2

Hitomi WATANABE — * 1 Makoto TSUNODA — * 2

キーワード：
リフォーム, 住宅ストック, 維持管理, 生産組織, 施工者,
参画形態

Keywords:
Housing renovation, Housing stock, Maintenance, Productive
organization, Builders, Participation form

Contents of housing improvement, such as reform, were diversified in requirement of residents. Therefore, the details of construction and its cost were complicated. As regards realization stock-based societies, the productive organization of effective utilization for stock housing, especially contribute to residential requirement were in urgent need. In this research, we made investigation into the actual condition and the productive organization of builders in housing remodeling. As a results, we classified the production system for housing remodeling into five patterns shown from relation the dweller and the contractor and found characteristics each.

1. 研究の背景と目的

現在、我が国では人口減少に加え長期的な景気低迷により新築住宅の着工数が伸び悩む傾向にある。その一方で既存住宅を活用するためのリフォームを始めとする住宅修繕行為は増加傾向にあり、新成長戦略としてもリフォーム住宅の環境整備が急務となっている。

リフォーム工事の内容は増改築を伴う大規模なものから、部品の取り換えなど小規模なものまで多種多様である。さらに、リフォームの工事業者にはこれまで建築工事を請け負ってきた業者に限らず、ホームセンターやリフォーム専門店なども現れてきている。このことは業者選びの選択肢の幅を広げた一方で、業者選びの難しさや悪徳業者の横行などの混乱を招き、住まい手の不安をあおっているのも事実である。この現状を打開するためには、実際に工事を行う工事業者が現在どのような業務形態でリフォーム工事を行っているのか、また工事業者がリフォーム市場でどのような役割を担っているかを解明することは、住まい手が安心してリフォーム工事を実施するために急務と言える。

既往の研究では関・蟹澤¹⁾、穂積・蟹澤²⁾、関・秋山ら³⁾によるリフォーム専門店を対象とした研究はあるものの、リフォーム工事に関わる専門工事業者との関係やリフォーム市場の全体像についての研究は少ない。

そこで、本研究では既往研究⁵⁾ 結果から近年受注が増加している住宅関連専門工事業者^{注1)} とリフォーム専門店に対して、両者の業務実態から現在のリフォーム工事の職人体制や受注方法などの生産体制の実態を明らかにし、今後居住者が安心してリフォーム工事を依頼できるための生産体制モデルを提示することを目的とする。

2. 調査対象

リフォーム専門店に関する明確な定義がないため、(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターの運営する業者検索サイト「リフォネット」において、リフォーム専門店として登録されている東京都内の120社に対し文献調査を実施し、典型的な設立年・会社規模の5社に対して生産体制に関する詳細なヒアリング調査を行った。

専門工事業者については、多様なリフォーム工事の中でも実施率の高い内装工事、外装工事に関わっており、今後のリフォーム市場において重要な役割を担っていくと考えられる建具・畳・塗装^{注2)} の3業種を調査対象とし10業者にヒアリング調査を行った。

2つのヒアリング調査とも、対象地域は戸建て住宅、集合住宅など様々な形態の住宅があり、リフォーム工事が盛んに行われている南多摩地域(八王子市・多摩市・町田市・日野市)としている。

3. リフォーム専門店の業務形態と活動実態

3.1 リフォーム専門店の業務形態

a. 従業員数と設立年

リフォーム専門店の従業員数を見ると(図1)、半数以上が10人以下の企業であり、リフォーム専門店の規模は専門工事業者とそれほど大きな差はない。また、設立年を見てみると(図2)ここ20年から30年の間に増えてきていることがわかった。

b. 対応工事

「リフォネット」では対応工事が11工事に分類されている。各工事の対応率を見てみると(表1)「内装工事」が最も高く、次いで「水回り・給排水工事」「増築改築」であった。一方で「住宅設備取り替え」は半数近い会社が対応しておらず、その理由として専門

^{*1} 清水建設(株)
(〒105-8007 港区芝浦1-2-3 シーバンスS館)

^{*2} 首都大学東京大学院都市環境科学研究科 教授・博士(工学)

^{*1} Shimizu Corporation

^{*2} Prof., Graduate School of Urban Environmental Sciences, Tokyo Metropolitan Univ., Dr. Eng.

性の高い工事であることが考えられる。

3.2 リフォーム専門店の活動実態

a. 企業概要

ヒアリング調査対象の企業概要を表2に示す。設立年は1991年から2007年と比較的新しい会社である。5社とも総合リフォームを主な業務としているが、r4だけ不動産仲介業務も行っており仲介業務からリフォーム工事を受注するケースが多い。また、r3以外の事業主は、過去に建築関連の会社での勤務経験があり、創業当時からリフォームに関する知識が備わっていた。従業員数は1人～11人と小さな規模の会社で、r5以外は自社職人を含んでおり専門工事業者に近い業務形態である。

b. 受注内容

r2、r5以外は戸建て住宅よりも集合住宅を対象としたリフォーム工事の受注件数が多かった。これは多摩NTに近いことによるものだと考えられる。元請率を見てみるとr2以外90%以上と高い。r2の元請率が他社より低いのは、ホームセンターからの小さな仕事を大量に受けているためである。

c. 元請け業者

各社の元請け業者とその所在地を表3に示す。どの会社も元請率が高かったこともあり、取引する業者の数は少ない。そのなかでも不動産業から仕事を請けている事例が多い。ホームセンターによるリフォーム工事に関する既往の研究⁴⁾によると工事業者側から提携の申し込みが増加しているとのことだが、本調査ではホームセンターから仕事を請けているのはr2の1社のみであった。ホームセンターからの仕事は、下請の仕事とは違い価格や工期を自由に設定できるため元請の仕事に近い。但し、依頼主に提示される金額はホームセンターの利益を上乗せしたものであるため、直接リフォーム専門店で依頼するよりも高くなってしまいうという欠点がある。

d. 職人体制

各社の職人体制を表4に示す。同業種の職人が自社と外注の両方で行っていることは少なく、1業種1業者の会社が5社中r2とr4の2社

であった。1業種1業者にするのは、信頼のおける業者に施工してもらうことで外注した場合でも自社施工に近い形にするためである。また、どの業者が施工したのかが明確になり、依頼主からの信頼を得ることができる。さらに、過去の依頼主に同じ業者による工事を提供できるなどのメリットがあげられた。

今後、自社の職人を増やす考えのある会社はr1とr2のみで、現状の仕事量では新たに職人を雇用するのは難しいとのことであった。外注の職人に関しても増やす考えがあったのはr1とr4のみであったが、職人が高齢化しているため現時点では増やす予定のない会社もいずれは若い職人を捜す考えを持っていた。

e. 今後の業務方針と課題

今後の取り組みたいこととして、社員教育や現状の仕事の充実、太陽光パネルの設置など省エネに関する事業があった。また、今後

表1. リフォーム専門店工事別対応率 注: 対応率=実施会社数/総会社数 (120社) 最大値1

増築・改築	内装工事	水回り・給排水工事	屋根・外壁・防水・塗装工事	造園・外構	電気	バリアフリー	耐震補強	断熱・防音	住宅設備取り替え	住宅部品の取り替え
0.93	0.97	0.96	0.82	0.64	0.65	0.83	0.59	0.68	0.52	0.82

表2. ヒアリング調査対象概要

事例NO.	r1	r2	r3	r4	r5
所在地	多摩市	八王子市	多摩市	多摩市	八王子市
設立年	1991年	1991年	1998年	2004年	2007年
事業主の前職	建築会社勤務	建設資材メーカー勤務	自動車販売の営業	リフォーム会社他複数	リフォーム会社営業
創業の経緯	建築会社に勤めていたので	リフォームの仕事が増えたと聞いた	過去に設備屋の手伝いをしていた	起業したい想いがあり、リフォームならできると思った	お客様本位のリフォーム会社を目指すため
従業員数	5人 (内職人1人)	6人 (内職人4人)	5人 (内職人2人)	11人 (内職人2人)	1人
受注件数 (集合/戸建て)	229/30	350/360	188/5	65/15	0/27
元請率 (元請/元請+下請)	99%	60%	90%	95%	100%
営業エリア	多摩市・稲城市・八王子市・府中市他 (車で30分圏内)	八王子市・多摩市・日野市・町田市、及び近郊	多摩市・八王子市・町田市・稲城市・日野市	多摩市・八王子市・日野市	八王子市・日野市 (会社から半径10km圏内)

表3. 元請け業者

事例No.	r1	r2	r3	r4	r5
元請業者	工務店 (1業者)	不動産業・設計事務所・ホームセンター (各1社)	不動産業 (4社)	不動産業 (1社)	自社
所在地	立川市	八王子市・立川市	多摩市・町田市・新宿区	八王子市	八王子市

の課題として、どの会社も営業力の向上や資格の取得など、仕事量の増加に繋がる事柄を課題と考えている。取り組みとしては現状維持の考えが多かったものの今後さらに営業力の向上を行っていく姿勢が見られたことから、リフォーム市場におけるリフォーム専門店の役割は更に重要となると考えられる。

3.3 今後のリフォーム市場・リフォーム専門店のあり方

今後のリフォーム市場、リフォーム専門店のあり方について各社に対して尋ねてみたところ、自由にリフォーム専門店の開業できる現在の制度のままでは悪徳リフォームの被害に遭う依頼主が増え、リフォーム専門店全体の信頼をなくしてしまう可能性があるため、許可業種化を求める声が多かった。一方でリフォームを依頼する住まい手の知識不足に対する指摘もあげられた。

4. 専門工事業者から見たリフォーム工事の生産体制

4.1 営業方法と営業エリア（表7）

ホームページによる営業は営業エリアの狭い業者は利用していないことが多いと思われたが、既往の研究⁵⁾からも明らかになっている近年のインターネットの普及と今後の顧客になるであろう若い世代の利用者が多いことなどを理由に営業エリアに関わらずホームページを作る業者が多い結果となった。現在ホームページを作っていないa3の業者も、今後必要になるだろうということであった。

チラシの配布は利用している業者が3業者と少なく、契約に繋がる確率が低い割にコストが掛かるという理由で過去に利用していた業者もやめていた。また、チラシを利用しているb1,c2の業者はニュース記事形式にしており、商品の宣伝をメインとしたチラシではない。定期的にチラシを入れることで社名を覚えてもらい、何かあった時には依頼してくれることを狙っている。

4.2 地域に密着した専門工事業者のリフォーム工事(表8)

a1が参加しているグループは、a1の事業主が発起人となり7年前から活動している。ハウスメーカーによる建売の住宅が増え工務店の仕事が減っていく中で、顧客の為にも自社施工でやっていくのが良いと思ったのがきっかけである。全ての仕事をグループでやるという決まりはなく、各々の判断でグループに相談することになっている。グループで仕事を行うことになった場合、最初にお客様から依頼を受けた業者がヘッドとなり金銭面の管理を行う。リフォーム工事だけでなく住宅工事全般を扱っており、各々の業者で見積もりを出し、顧客に提示する分離発注に近い形となっている。参加している業者には元請としての仕事経験が少ない業者も多く、顧客への対応の仕方や自社施工の重要性などの意識改革に苦労している。

b3のグループは、同じ地元の商工会に入っていたが、メリットがないという理由で脱退した業者仲間で作られたグループである。参加業者同士で紹介し合った仕事の売り上げの一部をグループに入れ、地元での活動に繋げるといった形態をとっており、a1のような住宅工事の受注は行っていない。いずれ集めた資金を使い、地元のスーパーなどで場所を借りて住宅リフォームに特化した相談会をやりたいと考えている。また、参加している業者は事業主が30代～40代で八王子で活動している業者に限っており、今後屋根・水道・電気業者をグループに加えることを考えている。

両者の共通点は参加業者が近隣地域の業者で1業種1業者という決まりを作っている所である。両者とも地域での活動を意識してお

表4. 職人体制（括弧内：外注業者数）

業種	事例No.	r1	r2	r3	r4	r5
大工		○(1)	●	○(1)	○(1)	○(1)
左官		○(1)	○(1)	○(1)	○(1)	○(1)
電気		○(1)	○(1)	○(1)	●	○(1)
屋根		○(1)	○(1)	—	○(1)	—
内装		○(1)	○(1)	◎(1)	●	○(1)
建具		○(1)	○(1)	○(1)	○(1)	○(2)
畳		○(1)	○(1)	○(1)	○(1)	○(1)
ガラス		○(1)	○(1)	○(1)	○(1)	—
水道		◎(1)	●	○(1)	○(1)	○(1)
タイル・レンガ		○(1)	○(1)	○(1)	○(1)	○(1)
衛生設備		—	●	●	○(1)	○(1)
板金		—	○(1)	—	○(1)	○(1)
塗装		—	○(1)	○(1)	○(1)	○(2)

注：
○ 外注
● 自社
◎ 両方

表5. 今後の職人雇用

注：○ 増やす × 増やさない

事例NO.	r1	r2	r3	r4	r5
自社の職人	○	○	×	×	×
外注の職人	○	×	×	○	×

表6. 専門工事業者ヒアリング調査対象の概要

業種	事例No.	創業年	所在地	業務形態	従業員数 (職人)	リフォーム工事率	リフォーム	
							戸建て受注率	元請率
建具	a1	1920年前後	八王子市	有限	4人 (4人)	95%	90%	70%
	a2	1971年	町田市	個人	2人 (2人)	90%	30%	33%
	a3	1939年	八王子市	個人	2人 (1人)	100%	80%	70%
畳	b1	1923年	多摩市	個人	4人 (3人)	100%	37%	100%
	b2	1974年	稲城市	個人	2人 (2人)	90%	18%	20%
	b3	1992年	八王子市	有限	2人 (2人)	20%	90%	10%
塗装	c1	1996年	町田市	有限	9人 (7人)	100%	92%	100%
	c2	1960年	町田市	有限	13人 (9人)	50%	100%	60%
	c3	1990年	八王子市	株式	14人 (9人)	95%	60%	95%
	c4	1916年	八王子市	株式	15人 (専属20)	90%	0%	90%

表7. 営業エリアと営業方法

業種		建具			畳			塗装			
事例No.		a1	a2	a3	b1	b2	b3	c1	c2	c3	c4
営業エリア		都外	近隣地域	多摩地域	近隣地域	都外	多摩地域	近隣地域	都外	多摩地域	都外
営業方法	チラシ				●			●	●		
	ホームページ	●	●				●	●	●	●	●
	商工会				●	●		●		●	
	タウンページ	●	●		●	●	●	●	●	●	●
	訪問									●	
	その他広告					●					

表8. リフォーム工事に対する専門工事業者の新たな試み

事例No.	a1		b3	
活動開始年数	7年		1年	
活動開始の動機	工務店からの仕事の減少		商工会からの脱退	
活動目的	・ 自社施工で家を建てる ・ 消費者の知識を養う		・ 地元での仕事量増加	
活動内容	・ 住宅工事 ・ 勉強会		・ PR活動資金の収集 ・ 地域の祭りに出店	
参加業種 所在地	八王子市	工務店・電気・板金・ 建具・タイル・瓦・ ガラス・内装(各1業者)	八王子市	工務店・クロス(棟) ・ 畳・ペンキ・左官 ・ サッシ・足場 (各1業者)
	日野市	防水・設備・塗装 ・ 左官 (各1業者)		

り、ライバル関係を作らないように1業種1業者としている。

今回のヒアリング調査から専門工事業業者のみで活動しているグループがあることがわかった。工務店やハウスメーカーの下請業者として業務を行っていくことに不満、不安を抱えている専門工事業業者は少なくなく、新築の生産組織に類似した体制が今後作られていくだろう。しかし、a1のグループ活動では請け負った住宅工事に関して問題が発生した場合の責任の所在がはっきりしていないという問題点があり、今後解決策を考える必要がある。

5. リフォーム工事における生産体制の課題と今後の展望

5.1 リフォーム工事の生産体制の現状（図3）

調査結果から、現在のリフォーム工事における生産体制パターンの分類を住まい手と直接リフォーム工事の契約を結ぶ業者（専門工事業業者・リフォーム専門店・他業者の3つ）に大別して考察する。

専門工事業業者のリフォーム工事の活動実態から、リフォーム工事率が多い業者は業種に関係なく元請率が高い業者が多く、専門工事業業者と契約を結ぶものが見られる（「個人型」）。また、他業種と連携する動きがあることも明らかなことから、専門工事業業者のグループと契約を結ぶものも存在する（「グループ型」）。

リフォーム専門店の活動実態からは、リフォーム専門店が外注する業者を1業種1業者とし、自社施工に近い形を取っていることが明らかになり、リフォーム専門店が外注する場合（「外注職人型」）と、自社施工で行う場合（「自社職人型」）があることがわかる。

最後に、他業者が介入し専門工事業業者やリフォーム専門店が下請業者となるパターン（「下請業者型」）が見られた。

上記で示した5パターンの生産体制には住まい手がリフォーム工事を依頼する上で、それぞれいくつかの特徴がある。

「個人型」は近年の専門工事業業者の減少からもわかるように、3年・5年・10年後に再び依頼される確証はないが、直接施工業者と契約できることは信頼関係の構築に繋がる。一方「グループ型」は業務に対して意識の高い業者の集まりである可能性が高く、参加業者が変更する際の引き継ぎに関する制約などを徹底することで、より良い体制の構築が期待できる。

「外注職人型」「自社職人型」に大差はなく、リフォーム専門店の増加から今後増えていく体制であると考えられる。しかし、十分な技術力を持っているかどうかを依頼主が判断する必要があり、その判断を素人である依頼主が行うことは現在の制度では難しく、リフォーム専門店の許可業種化や工事制限などを考える必要がある。また、リフォーム専門店は依頼主から信頼されるためだけでなく技術力を高めるためにも資格取得を積極的に行い、業務に対する責任感を高める必要がある。

「下請業者型」は多くの業者が介入する為、他のパターンより工事費が高くなってしまいう問題点がある。また、専門工事業業者に払われる単価が安い場合も多く、工事費に合致した質の工事が行われないことも考えられる。しかし、ホームセンターのように主体となる業務が住宅リフォームでない他業者の介入は、これらの問題点を解決できる可能性がある。

6. まとめ

リフォーム専門店と専門工事業業者のリフォーム工事における活動

図3. リフォーム工事の生産体制

実態を明らかにすることで、現在のリフォーム工事の生産体制を5パターンに分類した。さらに、各パターンの特徴をあげることで現在のリフォーム工事の生産体制モデルを提示することができた。

今後の研究課題として、さらに地域に特化したリフォーム工事の生産体制や新築工事との連携を通じた受注活動について明らかにする必要がある。一方で取り上げた専門工事業業者（畳、建具、塗装）によるリフォーム工事の編成体制の相違は明らかにできず、各業者のつながりも含め、さらに詳細に明らかにする必要がある。

注

注1）リフォーム専門店との比較に重きを置いているため、元請受注を主とする工務店は除いている

注2）建具・畳業者は住宅内に入り業務を行うという性格上、居住者の信頼を必要とする業種であり、塗装業者は専門工事業業者の中でも比較的規模の大きな業者が多く、業務の拡大が考えられ、既往の研究からもリフォーム専門店への転身がみられるといった特徴を持つ。

参考文献

- 1) 関、蟹澤：リフォーム事業者の業態に関する基礎的考察，日本建築学会大会学術講演梗概集F1，pp.1509～1510，2009
- 2) 徳積、蟹澤：リフォーム工事のビジネスモデルに関する一考察，日本建築学会大会学術講演梗概集F1，pp.1143～1144，2010
- 3) 関、秋山、角田、遠藤：リフォーム工事における業務と組織に関する調査研究，日本建築学会大会学術講演梗概集F1，pp.1365～1368，2008
- 4) 高山、松村、遠藤、角田、佐藤：ホームセンターによる住宅リフォームの現状調査 建築再生における建材流通拠点に関する研究，日本建築学会大会学術講演梗概集F1，pp.1335～1336，2007
- 5) 渡辺、角田：住宅リフォームにおける生産体制に関する基礎的研究 その1 居住者の意向について，日本建築学会大会学術講演梗概集F1，pp.1367～1368，2009
- 6) 佐藤、松村、遠藤、角田：建築再生における建材流通拠点に関する研究 ホームセンター型建材流通に関する考察，日本建築学会計画系論文集，第636号，pp.447～454，2009.2

[2012年2月20日原稿受理 2012年4月3日採用決定]