



業界別マーケティングレポートシリーズ

リフォーム リノベーション 業界の 市場動向と未来市場予測

Market Trends & Future Outlook

Human × AI

最新 AI と人手編集による業界別レポート

AI.marketing

業界の概要

業界の動向

市場分析

業界の課題と機会

業界の将来展望

業界の現状と未来を予測し
徹底対策を！！

完全無料 0円



本レポートは AI によって生成された内容を基に作成しております。内容には人手による確認・編集を行っておりますが、すべての情報の正確性・妥当性を保証するものではありません。

▶ 目 次

Chapter1	エグゼクティブサマリー（要約）	1P
Chapter2	業界の市場概況（PEST 分析）	2P
Chapter3	主要プレイヤーと業界構造	6P
Chapter4	経営環境と課題	7P
Chapter5	新たな潮流	9P
Chapter6	AI の活用について	11P
Chapter7	今後の展望と提言	13P

リフォーム・リノベーション業界は、人々が最も多くの時間を過ごす「住まい」という空間を、より快適に、より豊かに、そしてより安全にすることで、生活の質そのものを向上させる、夢のある産業です。新築住宅の着工が減少する一方、既存の住宅ストックを有効活用する時代へと完全に移行した今、皆様の技術と提案力は、日本の未来の暮らしをデザインする、極めて重要な役割を担っています。

しかし、その大きな可能性の裏側で、業界は今、**「大手ハウスメーカー、家電量販店、無数の小規模事業者による、熾烈を極める顧客獲得競争」「神業を持つ職人の高齢化と、業界全体の絶望的な担い手不足」「『安からう悪からう』を生む、根強い価格至上主義と業界への不信心」** という、事業の存続基盤を揺るがす、深刻な三重苦に直面しています。これは、従来の「依頼された箇所を、言われた通りに直す・新しくする」という、受け身の工事請負モデルが、もはや通用しない時代の到来を意味しています。

この大きな転換点を乗り越え、未来のクライアントから深く信頼され、選ばれ続ける存在となるためには、単なる「工事屋」「工務店」から脱却し、クライアントの未来の暮らしを共に描き、その資産価値を最大化する **「ライフスタイル・プロデューサー」** へと、自らの使命を再定義することが絶対条件です。本資料では、その再定義を遂げるための羅針盤として、以下の3つの戦略的視点を深く掘り下げていきます。

【脱・価格競争戦略】

高度な設計提案力と、専門特化した施工技術を武器に、「工事金額」ではなく「クライアントの未来の暮らしへの投資対効果」で評価されるための具体的な価値提供の手法を提示します。

【デジタルと職人技の融合戦略】

3D パースやVR といったデジタルツールと、伝統的な職人技を融合させ、顧客体験と生産性を劇的に向上させる方法を解説します。

【未来を創る組織戦略】

属人的な経験と勤への依存から脱却し、若者が憧れるような新しい働き方を提示。持続可能な事業承継を実現するための具体的な施策を提案します。

本資料は、最新の市場データと住まいに関する人々のリアルな願いに基づき、中小リフォーム・リノベーション会社の経営者様が、自社のDNAに眠る真の価値を再発見し、未来のクライアントと共に豊かな暮らしを創造していくための実践的なアクションプランを提示することをお約束します。

2-1 市場規模と推移

住宅リフォーム市場は、約7兆円規模の巨大市場であり、今後も安定的な推移が見込まれています。新設住宅着工戸数が減少する一方で、国内の住宅ストック（既存住宅）は約6,200万戸を超えており、その維持・向上のためのリフォーム需要は、むしろ増大しています。特に、中古住宅を購入して、自分たちのライフスタイルに合わせて全面的に改装する「リノベーション」市場が、若年層を中心に力強く成長しています。

【住宅リフォーム市場の動向と近年の背景】

年度	市場の状況・動向	主な市場背景
2022-2023年	中古住宅流通の活発化と「性能向上」ニーズ	新築住宅の価格高騰を背景に、中古住宅を購入し、リノベーションで価値を高めるといった選択が一般化。同時に、住宅の「断熱性」や「耐震性」といった、基本性能を向上させるリフォームへの関心が高まる。
2024年	国の大型補助金による省エネリフォーム特需	「住宅省エネ2024キャンペーン」など、国による大規模な補助金制度が、断熱窓への交換や、高効率給湯器の導入といった、省エネリフォームの需要を強力に後押し。
2025年	「空き家」問題の深刻化と再生ビジネスの本格化	全国で800万戸を超える「空き家」が深刻な社会問題となる一方、これを再生し、賃貸物件や宿泊施設、地域のコミュニティスペースとして活用する「空き家再生ビジネス」が、新たな市場として本格的に立ち上がる。
2026年 - 予測	「ライフスタイルの具現化」と「資産価値向上」の二極化	リフォームの目的が、単なる修繕・交換から、リモートワークのための書斎、趣味を楽しむための防音室といった、「個人の生き方を実現する」ための投資へと変化。同時に、将来の売却や賃貸を見据えた、「不動産としての資産価値を高める」ための戦略的なリノベーションが重要になる。

今後の市場は、「古くなったから直す」というマイナスをゼロに戻す需要から、「今の暮らしをもっと豊かにする」「未来の資産価値を高める」というゼロをプラスに変える需要へと、その重心が完全に移行します。この「プラスの価値」を創造できるかどうか、企業の成長を左右します。

2-2 市場の動向（PEST分析）

リフォーム会社の経営を規定する、外部環境の変化を分析します。

【PEST分析】 P：政治的要因 E：経済的要因

	詳細な影響分析	中小リフォーム会社が取べき戦略的対応
P 政治 (Political)	<p>■省エネ・耐震・バリアフリーに関する補助金・税制優遇 国は、質の高い住宅ストック形成のため、特定の性能向上リフォームに対して、手厚い支援策を講じています。これらの制度を熟知しているかどうか、提案の幅を大きく左右します。</p> <p>■空き家対策特別措置法 管理不全な空き家に対する行政の指導が強化され、所有者のリフォームや解体へのインセンティブが働いています。</p>	<p>■「補助金活用のプロ」としての地位確立 複雑な補助金制度を誰よりも分かりやすく解説し、申請手続きまでをワンストップでサポートする。これを事務所の実力な武器とする。</p> <p>■「空き家再生」の専門家となる 自治体や地域の不動産会社と連携し、空き家の所有者に対して、リフォーム、賃貸、売却といった複数の選択肢を提示できる、総合的なコンサルティングサービスを展開する。</p>
E 経済 (Economic)	<p>■資材価格・人件費の高騰 ウッドショック以降も、建材価格は高止まりしています。また、深刻な職人不足により、人件費も上昇の一途です。これらのコストを、いかに見積もりに適正に反映させるかが、利益確保の鍵となります。</p> <p>■住宅ローン金利の動向とリフォームローン 住宅ローン金利の変動は、中古住宅の購入意欲に影響を与えます。また、多様化するリフォームローンの知識も、顧客への提案に不可欠です。</p>	<p>■「価値」に基づいた価格設定と丁寧な説明 「なぜ、この工事にこの金額がかかるのか」を、材料費、人件費、そして自社の設計・管理の価値を含めて、顧客が納得できるよう、透明性高く説明する。「安かろう悪かろう」ではない、品質の根拠を示す。</p> <p>■ファイナンシャルプランニング視点の導入 リフォーム資金計画や、各種ローンの選定に関するアドバイスも行える体制を整える（FP資格を持つスタッフの育成など）。</p>

2-2 市場の動向（PEST 分析）

【PEST 分析】 S：社会的要因 T：技術的要因

	詳細な影響分析	中小リフォーム会社が取べき戦略的対応
S 社会 (Social)	<p>■超高齢化社会と健康志向 ヒートショックを防ぐための断熱リフォームや、家庭内事故を防ぐためのバリアフリーリフォームは、今後ますます需要が拡大します。</p> <p>■働き方・暮らし方の多様化 リモートワーク、二拠点生活、ペットとの共生、趣味の空間づくりなど、人々のライフスタイルは多様化の一途をたどっています。画一的な間取りでは満足できない層が増えています。</p>	<p>■「健康寿命を延ばす家づくり」の専門家となる 断熱、換気、自然素材といったキーワードで、健康で快適な室内環境を実現するリフォームを、医学的なエビデンスも交えながら提案する。</p> <p>■徹底した「信頼の見える化」 施工事例の詳細な公開、顧客からの直筆のアンケート、職人の顔が見えるスタッフ紹介、明瞭な見積もりと契約書など、あらゆるプロセスで透明性を追求し、顧客の不安を払拭する。</p>
T 技術 (Technological)	<p>■3D-CAD、VR/AR による「完成形の可視化」 リフォーム後の空間を、リアルな3DパースやVRで、工事前に体験できるようになりました。これにより、顧客とのイメージのズレをなくし、満足度を劇的に高めることができます。</p> <p>■プロジェクト管理・顧客管理ツールの普及 案件の進捗管理、職人との情報共有、顧客とのコミュニケーションなどを、クラウドで一元管理するツールが普及し、業務の効率化と品質の安定化が可能になっています。</p>	<p>■「感動的なプレゼンテーション」の導入 3D-CAD や VR を導入し、顧客が「早く、こんな家に住みたい！」とワクワクするような、感動的なプレゼンテーションを標準サービスとする。</p> <p>■情報共有の DX 化による顧客満足度向上 顧客専用のポータルサイトなどを設け、工事の進捗状況を写真付きで毎日報告したり、仕様の確認などをオンラインで行えるようにしたりすることで、顧客の不安を解消し、信頼関係を深める。</p>

2-3 地域・専門性別の動向や格差

リフォーム業は、その土地の住宅事情や気候風土と深く結びついた、地域密着型のビジネスです。

■大都市圏

【特徴】

マンションリノベーションの需要が中心。狭い空間をいかに広く、機能的に使うかという、デザイン力や空間設計能力が問われる。

■郊外・地方

【特徴】

戸建て住宅のリフォームが中心。耐震、断熱、外壁塗装といった、住宅の維持・性能向上に関する需要が高い。地域コミュニティでの評判が、事業の生命線。

■専門特化型

【特徴】

キッチン・バスといった水回り専門、外壁・屋根専門、自然素材専門、古民家再生専門など、特定の分野に特化。深い専門知識と、メーカーとの強固な関係が武器。

自社が、どの地域で、どのような住宅に住む、どのような顧客を幸せにしたいのか。この「専門性」を明確にすることが、数多の競合の中から選ばれるための、最初の烽火（のろし）となります。

リフォーム市場は、参入障壁が低いため、多種多様なプレイヤーが乱立する、極めて競争の激しい業界です。

■トッププレイヤー（大手ハウスメーカー系、総合リフォーム会社）

【ビジネスモデル】

テレビCMなどで高い知名度を誇り、全国に展開するモデルルームや営業所を拠点に、大規模なリフォームから小規模な修繕まで、幅広く対応。

【強み】

圧倒的なブランド力と、それによる信頼性。パッケージ化された分かりやすい商品。

■ミドルプレイヤー（地域の有力工務店、専門リフォーム会社、不動産会社系）

【ビジネスモデル】

地域で長年の実績を持つ工務店や、特定の分野（水回り、外壁など）で高い専門性を持つ会社。また、中古住宅の仲介とリノベーションをセットで提供する不動産会社も、この層で存在感を増している。

【強み】

地域での評判と、専門性の高さ。

■スモールプレイヤー（大多数の地域密着型工務店、職人、内装業者）

【ビジネスモデル】

社長自身が職人であることが多く、地域の口コミや、大手からの下請け工事で事業を維持。

【強み】

高い技術力と、顧客との直接的なコミュニケーション。

【課題】

集客力、提案力、経営管理能力が不足している。

■ニュープレイヤー（家電量販店、ホームセンター、オンラインプラットフォーム）

【ビジネスモデル】

集客力のある店舗やWebサイトを入り口に、リフォーム案件を獲得。実際の工事は、地域の工務店に下請けとして発注する。

中小リフォーム・リノベーション会社の経営者が抱える課題は、その素晴らしい「技術力」と、それをビジネスとして「伝える力」「管理する力」のアンバランスにあります。

【課題の本質1】利益が出ないのは、「工事」の価値しか価格に反映できていないから

■「相見積もり」という名の価格決定戦

顧客は、複数の会社から見積もりを取り、一番安いところに発注するのが当たり前だと思っています。この土俵で戦う限り、デザインの価値、丁寧な施工管理の価値、長期的な安心の価値は無視され、ただの価格競争に陥ります。

■「どんぶり勘定」による利益の消失

職人の手間や、現場経費を、経験と勘で大雑把に見積もってしまう。結果、想定外の追加工事や、手直しが発生し、最終的に「赤字だった」というケースが後を絶ちません。

【課題の本質2】集客が安定しないのは、「紹介」という名の他力本願経営

■「いつか電話が鳴るのを待つ」だけの営業スタイル

過去に工事をした顧客からの紹介や、地域の評判だけで、仕事が来るのを待っている。自ら、未来の顧客にアプローチし、仕事を創出するという、マーケティングの視点が完全に欠落しています。

■Web サイトが「幽霊屋敷」

ホームページはあるものの、何年も更新されておらず、施工事例も数年前のもの。これでは、情報を求めて訪れた潜在顧客を、不安にさせて追い返しているのと同じです。

【課題の本質 3】人が育たない・辞めていくのは、「背中を見て盗め」という文化の限界**■技術のブラックボックス化**

なぜ、その木材の、その向きで墨付けをするのか。なぜ、その順番で施工するのか。親方やベテラン職人の頭の中にある、論理や知恵が、若手に全く言語化して伝えられていません。

■キャリアへの絶望化

何年経っても、親方の手元作業ばかり。いつになったら、現場を任せてもらえるのか、将来、独立できるのか。このキャリアパスの見えなさが、若者の希望を奪い、業界から去らせる最大の原因です。

【課題の本質 4】事業が続かないのは、「社長＝現場監督」からの未脱却**■「社長が一番のプレイングマネージャー**

経営者が、誰よりも現場が好きで、腕も立つため、見積もりから、現場管理、集金まで、すべてを自分で抱え込んでしまう。その結果、人材育成や、資金繰り、未来の戦略を考えるという、経営者本来の仕事をする時間がありません。

■個人の看板への完全依存

顧客は、会社のブランドではなく、「〇〇さん（社長）」という個人の技術と人柄を信頼して発注しています。これでは、社長が倒れたら、会社も共倒れです。

この厳しい現実の中から、未来の「住まい」と「暮らし」を創造する、新しいビジネスモデルが生まれています。

■「中古購入+リノベーション」のワンストップサービス

【具体例】

不動産仲介の免許を取得、あるいは地域の不動産会社と提携し、顧客の「家探し」の段階から関与。物件の内見に同行し、その場でリノベーションの可能性と概算費用を提示。資金計画から、設計、施工までを、一気通貫でサポートする。

【ポイント】

顧客の、人生で最も大きな買い物に、最上流から伴走する。これにより、競合との相見積もりを回避し、唯一無二のパートナーとしての地位を確立します。

■「性能向上リノベーション」への特化

【具体例】

断熱、耐震、省エネといった、住宅の基本性能を、国の基準を大きく上回るレベルで向上させることに特化。専用の測定機器（気密測定など）を導入し、リフォーム前後の性能を数値で「見える化」して、その価値を証明する。

【ポイント】

デザインという主観的な価値だけでなく、「健康」「安全」「光熱費削減」といった、客観的で分かりやすい価値を提供。社会貢献と高収益を両立させます。

■「空き家再生」による地域貢献と事業化**【具体例】**

地域の空き家を、自社で買い取り、あるいは所有者から借り上げ、リノベーションを施す。それを、若者向けのシェアハウスや、移住者向けの体験住宅、あるいは宿泊施設として再生・運営する。

【ポイント】

社会問題を、自らの手でビジネスチャンスに変える。建設業から、不動産賃貸業・サービス業へと、事業領域を拡張します。

■ライフスタイル特化型リノベーション**【具体例】**

「ペット（犬・猫）と快適に暮らす家」「音楽や映画を最高の環境で楽しむ防音室」「本格的な料理好きのための厨房のようなキッチン」など、特定のライフスタイルに特化し、その分野での圧倒的な知識と実績を築く。

【ポイント】

「誰にでも」ではなく、「特定の人」に深く刺さるメッセージを発信することで、熱狂的なファンを創り出し、価格競争から脱却します。

これまで「現場」がすべてだった工務店にとって、AIは、自社の「技術」と「想い」を、未来のクライアントが描く「夢」へと変換する、最強のプランナー兼広報担当者となります。

1. AIによる「単なる見積もり」から「感動的なライフスタイル提案」への飛躍

【課題】

データベースに登録してくる候補者を待つだけ。
本当に採りたい、転職潜在層にアプローチできていない。

AI活用シナリオ

【STEP1】顧客の「潜在的な暮らしの夢」をAIに引き出させる

プロンプト (AIへの命令文) 例

あなたは優秀なライフスタイルプランナーです。小学生の子供が2人いる、30代の共働き夫婦が「今のキッチンが狭くて、暗い」と不満を漏らしています。彼らが、キッチンのリフォームを通じて、本当は実現したいであろう「理想の暮らし」や「家族の風景」を、具体的なシーンとして5つ描写してください。

AIの回答 (理想の暮らしの描写例)

- ①「週末の朝、夫婦が並んでパンケーキを焼き、子供たちがカウンターで楽しそうにそれを見ている風景」
- ②「子供がリビングで宿題をしている様子を、料理をしながら見守れる、安心感のある空間」
- ③「友人を招いて、アイランドキッチンを囲み、みんなでワインを飲みながら料理を楽しむホームパーティー」…

【STEP2】 その「夢」を形にするリフォームプランを AI と共作する**プロンプト (AI への命令文) 例**

上記の「理想の暮らし」を実現するため、壁付けキッチンを、リビングと一体化したアイランドキッチンにするリフォームプランを提案してください。その際に顧客に提示する、感動的なプレゼンテーションの冒頭の語り出しを考えてください。

AI の回答 (語り出し例)

「私たちがご提案したいのは、単なる新しいキッチン設備ではありません。ご家族の会話と笑顔が、もっともっと増える、『暮らしの中心』となる時間です…」

【効果】

AI を壁打ち相手に、顧客の「モノ (キッチン)」への要望の奥にある、「コト (理想の暮らし)」への憧れを言語化する。これにより、提案が、単なる機能説明から、顧客の未来を共に描く「物語」へと変わります。

2. AI による「信頼」を醸成するコンテンツマーケティング**【課題】**

腕には自信があるのに、それがお客様に伝わらない。どうすれば、安心して任せてもらえるのか。

AI 活用シナリオ**【専門家としての知見を発信するブログ記事作成】****プロンプト (AI への命令文) 例**

築 40 年の暗くて寒い戸建てを、断熱改修と間取り変更で、明るく暖かい、若い夫婦向けの家にリノベーションした事例があります。この施工事例を、単なる工事内容の羅列ではなく、「受け継いだ家の記憶を大切にしながら、新しい家族の物語が始まる場所」というテーマで、感動的なストーリーとして Web サイト用に執筆してください。

【効果】

専門家としての誠実な情報発信と、顧客に寄り添う姿勢を示すことで、Web サイトが、価格比較の場から、「信頼できるパートナー探しの場」へと変わります。問い合わせの段階で、すでに深い信頼関係の土台が築かれています。

リフォーム・リノベーション業は、単なる建設業ではありません。人の想いを形にし、暮らしを豊かにし、社会の資産を未来に繋ぐ、創造性豊かなサービス業です。その誇りを胸に、未来を切り拓く中小企業が実践すべき、5つの具体的なアクションプランを提言します。

1. アイデンティティの変革：「工事屋」から「暮らしと資産の価値を創造するパートナー」へ キャリアにコミットする戦略パートナー」へ

【アクションプラン】

自社のミッションを「最高の住環境を通じて、お客様の人生を豊かにする」など、より高次元の価値提供を目指すものに再定義する。

初回ヒアリングでは、工事内容だけでなく、顧客のライフスタイル、将来の夢、現在の暮らしへの不満を、最低1時間以上かけて、深くヒアリングすることを徹底する。

2. ビジネスモデルの変革：「請負（フロー）」から「ワンストップ（ストック）」へ

【アクションプラン】

不動産仲介業の免許を取得、あるいは地域の信頼できる不動産会社と提携し、「中古物件探し+リノベーション」のワンストップサービスを事業の柱に据える。

リフォーム後の定期的なメンテナンスや、将来のさらなる改修の相談に乗る「お家の主治医」制度を設け、顧客と生涯にわたる関係（ストック）を築く。

3. 業務プロセスの革新：「個人の経験と勘」から「チームとデジタルの仕組み」へ

【アクションプラン】

クラウド型のプロジェクト管理ツールを導入し、見積もり、工程、原価、顧客とのやり取りなどを、全社員と協力職人がリアルタイムで共有できる体制を構築する。

過去の施工事例、デザインパターン、見積もりなどをデータベース化し、組織全体の知的資産として、誰でも活用できるようにする。

4. 人材戦略の刷新：「徒弟制度」から「育成する文化と、魅力ある職場」へ

【アクションプラン】

職人の技術を、動画マニュアルやチェックリストで「見える化」し、若手が体系的に学べる仕組みを整える。

現場作業だけでなく、顧客との打ち合わせや、SNSでの情報発信など、若手が創造性を発揮できる多様な役割を用意し、キャリアパスの選択肢を示す。

5. パートナーシップ戦略の構築：「一社単独」から「地域の暮らしを支える専門家チーム」へ

【アクションプラン】

建築家、インテリアデザイナー、不動産エージェント、ファイナンシャルプランナー、さらには庭師や家具職人といった、暮らしに関わるあらゆる専門家と、対等なパートナーとしてのアライアンスを構築する。

自らがハブとなり、顧客のあらゆる「暮らしの困りごと」に対して、最適な専門家チームを編成し、ワンストップで応えられる。「〇〇さんに相談すれば、住まいのことは何でも解決する」という、地域の絶対的な信頼を獲得する。

家は、人生という物語の「舞台」です。その最高の舞台を創り上げること。それは、AIには決してできない、人間にしかできない、温かく創造的な仕事です。本資料が、貴社がその誇り高い使命を、揺るぎないビジネスとして未来へ繋いでいくための一助となることを、心から願っております。

【お取り扱いおよび著作権に関するご注意】

1. 著作権について

本 PDF コンテンツに関する著作権および一切の知的財産権は、ラフロックス株式会社に帰属します。個人的な学習の範囲を超える、以下の行為を固く禁じます。

本コンテンツの全部または一部を、複製、スキャン、デジタル化すること。

本コンテンツの全部または一部を、第三者に対して貸与、譲渡、共有、配布、販売、送信（インターネット上へのアップロードを含む）すること。

本コンテンツの内容を、許可なく改変、翻訳、翻案すること。

2. 免責事項

本書に掲載されている情報は、著者の経験や AI リサーチに基づいたものですが、その効果や成果を保証するものではありません。実践はお客様ご自身の判断と責任において行ってください。

本書の情報を利用したことによる、いかなるトラブルや損失・損害に対しても、著作者および販売者は一切の責任を負いかねます。

本書に掲載されている情報は、2025 年 9 月現在のものです。AI 関連ツールや各種プラットフォームの仕様変更により、将来的に情報が古くなる可能性があることをご了承ください。

3. その他

本コンテンツをダウンロードいただいた時点で、上記すべての事項に同意したものとみなします。

ご理解とご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

AI.marketing

運営会社：ラフロックス株式会社
www.rough-marketing.com/

 roughRocks

