ミサワホーム

# リフォーム売上高、3%増

## 2019年度、700億円計画

竹中宣雄社長

ミサワホーム（東京都新宿区）は5月12日に2017年3月期決算を発表し、リフォーム事業の売上高は3・7%増の620億円だった。受注高は4・1%増の623億円。主力としている戸建てオーナー向けのメンテナンス工事が伸びた。

同社では今期から今後3年間の新中期経営計画を発表。2020年3月期のリフォーム事業売上高は2017年3月期比で13%増の700億円を計画。達成のために強化するのが旧社宅のような大規模物件のリノベーション。躯体を生かし、それ以外はリニューアルする「リファイニング」という再生手法を活用する。またホテルや専門学校などの案件も抱えており、戸建て住宅以外の改修を増やす。竹中宣雄社長は「これまではミサワオーナー向けのメンテナンス・リフォームを展開してきたが、昨年くらいから変えてきた」と話す。オーナー向けには「まるごとホームイング」という全面改装商品を積極的に推進し単価上昇を目指す。

なお、ミサワホーム全体の決算は売上高が0・1%増の3998億円、純利益は28・8%増の44億円。柱の戸建て住宅事業が3%の減収だったが、強化しているマンション事業が伸び3年ぶりの増収増益となった。2019年度は売上高4450億円を目指す。

リズム

# 1棟リノベ開始

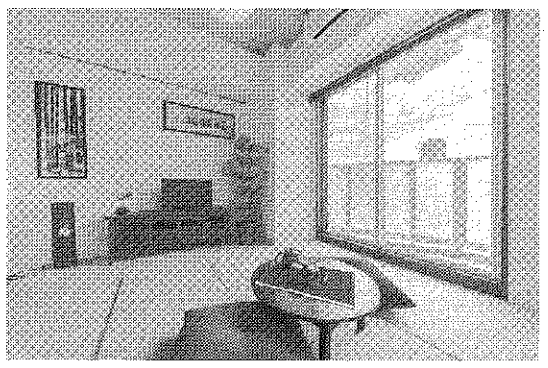
## 賃貸と民泊物件に改装

リズム（東京都渋谷区）はマンション1棟リノベに乗り出した。マンションを1棟まるごと購入し、退去者が出た専有部をリノベして、新たな入居者を募っていく事業。新サービスの名称は「REISM HIVE（リズムハイヴ）」。建物の特性に合わせて、2年の定期賃貸と民泊の2種類で運営していく。

今動き出しているのが渋谷区にある築7年、全23室のマンション。現状1戸が同社リノベブランドのデザインで改修され民泊として稼働している。5月中は予約でいっぱいだった。

人気の理由は、同社のリノベーションサービスに共感するファンが宿泊を希望するため。これまで同社は賃貸マンションリノベを累計4100件手掛けている。これらの部屋には入居待ちが50人いる物件もある。

篠澤一騨主任


▲渋谷のマンションは民泊として稼働

デザインの特徴は単身者に特化した間取りで、木材を多く使い建材の経年変化や素材感を楽しむというもの。30種類ものラインアップがある。

同社は自社でリノベしたマンションの運営を拡大し、新たな収益の柱にしたい考え。「民泊では入居待ちの方がお試しで宿泊したいという問い合わせも多いですね。最終的には全室リノベをかけて、当社のファンが集う建物にする構想があります」（経営本部マーケティング部・篠澤一騨主任）

リノベリング

# プロフェッショナルリノベスクール

## 第3期、6月開講へ

全国でリノベーションスクールを開催し、リノベーションまちづくりを推進するリノベリング（東京都千代田区）は、実践的なリノベーションまちづくりの手法を学ぶことができる「プロフェッショナルリノベーションスクール」第3期を6月に開講する。このほど受講生募集を開始した。

これからのまちづくりを担う人材を育成するもので、第1～2期で好評だったカリキュラムを再編、一新している。

6月～来年3月の期間で、リノベーションまちづくりを実践する上で欠かせない基礎教養や、必要なノウハウ・知識、実践力を身に付け、まちづくり事業を立ち上げる手法を通信教育で学べる。

**住育アドバイザー養成講座**
**6月開講**
**日本住育協会**

女性社員や主婦を住育のプロである「住育アドバイザー」に養成する講座が、6月に開講する。

社団法人日本住育協会（京都府京都市）が主催するもので、6月23日から11月まで月1ペースで講座を開く。講師は同協会理事長の宇津崎友見氏ほか。会場はハートピア京都。開講に先立ち、住育講演と説明会を5～6月に開催予定。

「住育アドバイザー」とは同協会の認定資格。受講費用は39万9千円。

260億企業が教える

# DIY活用法

ニッカホーム
DIY事業部
プロジェクトリーダー
**川本和人氏**

プロフィール
愛知県出身　35歳
リフォームアドバイザーを経て平成29年からDIY事業部を発足

## DIYビジネスの需要

DIYビジネスで最も一般的なのは、道具やDIY向けの雑貨を販売することでしょう。彼らが、定期的にDIYのワークショップを企画し店頭に誘致するためには、季節やニーズに合わせた作品をチラシなどの広告やSNSで呼びかけ、集客するのが主流です。実際に工具を使って物作りをするため使用感や達成感を味わえる上に店頭への誘致が基本のため開催したワークショップに関連した商品以外の販促も可能です。また、お店に出入りする人でにぎわい、お店全体の雰囲気が楽しくなるのでファン客の呼び込みにもつながります。

店舗型の場合は非常に効果的な手法といえるでしょう。開催するワークショップの内容としては短時間で完成することが求められるため小物を作るDIYが多いというのが印象です。

では実際に道具や小物、雑貨の類を販売していない施工業者やリフォーム屋がDIYをビジネスとして考えたとき、どのような売り込みやアプローチができるのでしょう。

## リフォームに近いDIYを狙う

やはり専門的な技術や建物への知識、提案といった部分がおおいに武器になると考えられます。つまり小物を作るワークショップ形式というよりはむしろ、実際のリフォームに近い大がかりなDIYニーズへのアプローチが有効になります。住宅内のリフォーム部位における使用材料や納め方、注意点などを適切に指導できる環境をつくり、その必要材料の手配から施工のサポートなどを請け負う形です。

リフォーム計画規模の大小によっては、施主のDIYだけでは対応できない改修も発生しやすいため、通常のリフォーム工事として受注の可能性も考えられます。施主と施工業者とのコラボで完成するケースの場合、施主としてみれば施工店がバックにいるため、失敗を恐れず行え、施工へ不安無く臨むことができるというメリットがあります。

昨今、一般家庭におけるDIYの普及は伸び続けていますが、人口における割合としてはやはり少数派です。折込広告などで呼びかけるには少ない層を狙う分、広告宣伝費用の回収ができるか未知数です。ではより集中的にリフォームクラスのDIYを日頃から意識している層へアプローチするのがレスポンスも期待できると思われます。不動産仲介業者や賃貸住宅の大家さんなどは普段から自身で簡単な修繕をこなし、退去補修工事をいかに持ち出しをせず回していけるかが一つのカギになっています。

仲介業者や大家向け情報誌でもDIYはいまや外せないキーワードです。そういった需要の濃いゾーンへのアプローチにより、施工店ならではの強みや提案が生きてくるでしょう。

顧客・商談・入金・原価をまとめて管理
『粗利管理』はお任せ!!
●クラウド(ASP) ●インストール不要 ●充実のアフターサポート
営業・設計・施工管理の情報共有に「なくてはならない」システムです
「1件1件のお客様を大切にしたい」その想いを具現化できるシステムです
導入実績 250社以上!!
よりよい未来をともに ～with you～
リフォーム業界を専門にITを活用した業務改善を提案するシステム会社
株式会社 DATA KIT　〒650-0031 神戸市中央区東町113番地1 大神ビル601
078-393-8585　078-393-8588