

<背景>

- ①リフォーム市場の増大(2010年6.4兆円→2012年6.7兆円) 資料4
- ②消費者、生活者視点に立った、安心してリフォームを行うことのできる市場の環境整備が急務

<リフォームの特徴> 資料5  
(新築とリフォームの違い)

	【新築】	【リフォーム】
<内容>	ある程度定形化 (工法、規模、仕様等)	規模、内容が多様 (内装、設備、耐震等)
<価格>	ある程度比較可能 (坪単価など)	比較が難しい
<担い手>	ある程度限定 (工務店、ハウスメーカー等)	多様な事業者 (新築業者、専門工事業者、ホームセンター等)
<現場>	施主は現場に不在	多くは住みながら実施

<制度的枠組み> 資料7

	【新築】	【リフォーム】
<設計> <監理> <検査>	建築基準法 建築士法	建築基準法 建築士法 (一定規模以上のみ)
<保証>	住宅品確法 (構造・防水は10年)	契約による
<保険等>	住宅瑕疵担保履行法 (保険・供託の義務)	任意保険 (リフォーム瑕疵保険) (大規模修繕瑕疵保険)
<事業者>	建設業法 (業許可、主任技術者)	建設業法 (500万円以上のみ)
<性能>	住宅性能評価制度 (新築)	既存住宅性能評価制度 (リフォーム後の性能)

リフォームの特徴を踏まえた課題への対応 <リフォームの課題>

資料6

◆リフォーム事業は様々な事業者が担っており、工事内容や技術も高度化・多様化している。

↓

◆消費者がリフォームについて有している課題は、

- ・事業者の技術力、価格相場等がわからない
- ・気軽に相談できるところが少ない、知られていない

↓

◆リフォーム市場の健全な発展のためには、

- ①消費者が安心してリフォーム工事を依頼できるルールの整備・普及
- ②事業者の技術力など資質の向上

が必要。また、リフォーム工事を反映した建物評価の改善等も重要。

↓

◆本検討会では、多様化する住宅リフォーム事業の特徴を踏まえつつ、適正な事業者によるそれぞれの工事の特徴に応じたルールの整備、資質向上のための取り組みについて具体的な方策を検討

↓

◆その際、既に一部の事業者団体において、消費者保護や事業者の資質向上等の取り組みが行われていることを踏まえ、事業者団体の積極的な活用を検討

(1)消費者にとっての課題

- ①何ができるのかわからない  
(住まいに不満はあるけれど)
- ②気軽に相談できる人がいない
- ③事業者の技術力がわからない
- ④適正価格がわからない
- ⑤事業者のマナーが心配  
(居住者、近所への配慮)
- ⑥トラブルは避けたい  
(欠陥工事、価格トラブル等)

(2)事業者にとっての課題

- ①新築に比べると技術力が必要  
(定形化できない)
- ②工程管理が難しい
- ③居住しながらの工事が難しい
- ④費用の積算・管理が難しい
- ⑤営業のやり方がわからない

<現状の取り組み> 資料7

- ①電話相談、専門家相談(支援センター)
- ②見積相談(支援センター)
- ③リフォーム・大規模修繕瑕疵保険
- ④優良なリフォーム工事への補助
- ⑤リフォーム技術の向上支援
- ⑥事業者紹介サイトへの支援(補助)
- ⑦リフォームの資産価値への反映の検討

事業者団体による、消費者保護や資質の向上等の取り組みを通じた適正なリフォーム事業の推進を図る

資料8