

激安リフォーム 大百科

オンボロ物件を**初心者**でも
相場の半値で**新築そっくり**に変貌させ
利回り20%のお宝物件に変換する方法



本日お伝えする内容

業界の『構造』を逆手に取る コストカット術

1. なぜリフォーム費用は千差万別
2. リフォーム業界の全体像
3. リフォーム業界の利益構造

メリット



- **業界の仕組みを知ることができる**
- **業者毎に大きく工事費が異なる理由が分かる**
- **依頼すべき業者が分かる**
- **ぼったくり防止になる**

1.そもそも不動産屋って何？

不動産会社（ふどうさんがいしゃ）とは、主として不動産の売買、交換、賃貸、管理及び、売買・交換・賃貸の代理もしくは仲介を行う会社のことである。みずから開発、分譲を行うものはデベロッパーと呼ばれる。

しかし、一般的に言われる不動産業者は幅が広い

売買

分譲

リフォーム

マンション
管理

賃貸

土木

外構

建築

1-2. 賃貸管理業者の言いなりは 地獄のはじまり

賃貸仲介業者はあなたのことを考えない

- とにかく家賃を下げて決めたい。
- 楽な物件から決めたい

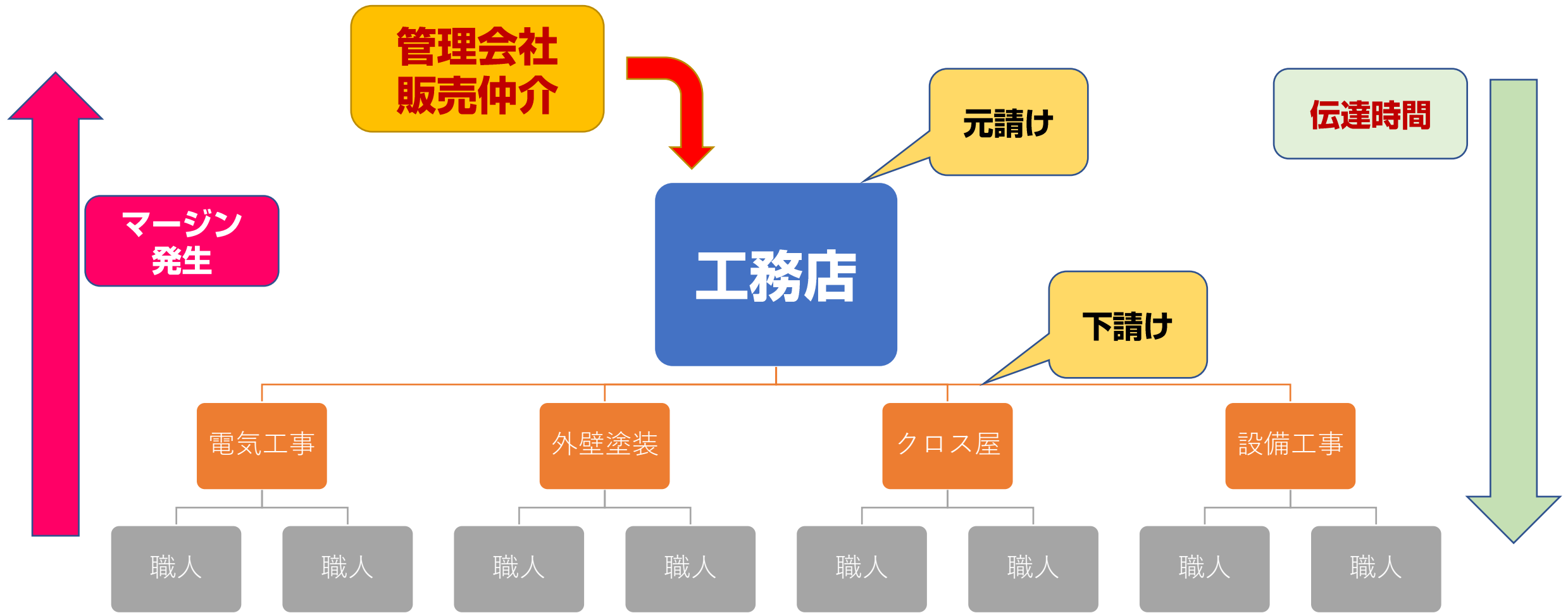
**リフォームはフルリフォームさせて
相場より安い物件に仕上げて管理料を取りたい。
上手くいけばリフォーム代でも稼ぎたい！**

2.リフォーム屋も多数存在

一般的なイメージです。絶対ではありません。

ジャンル	建築事務所	住宅会社 (大手)	建設会社 (大手)	工務店	専門業者	ホーム センター
自社施工	×	×	×	△	○	×
金額	高	激高	激高	中	中以下	中より 若干上
安定度	高	高	高	中	中	高
トラブル	少	少	少	中	中	少
主戦場	新築	新築	難易度が 高い案件	新築、 リフォーム 全般	それぞれの 分野	全般

3. リフォーム業界の階層



ひとつの専門会社だけでは、思うようにリフォームができないこともある

3-2. 利益配分イメージ



**400~500万円の
リフォーム工事**



各作業者、元請け、下請けに利益配分が行われる。
ゆえに材料費と人件費だけがリフォーム代とは限らない。

**会社や業者によって
構造的に値引きに
限界がある**

3-2.職人一覧

実際に職人さんがどれだけいるのか？
職種を見てみよう

<https://center-home.net/chottoiie/shokunin/>



4.相場の基本

広告宣伝費

見積り工賃

仕入れ工賃

材料費

施工費

リスク保証

アフター

会社運営

利益

4-2.リアルな見積もりの差額

同じ工事でも 約142万円 と 約32万円 の差が出る

お見積書

平成30年8月19日(日曜日)

ここにこ本舗(株)様

¥1,425,070.-
(消費税込)

工事名) 宮崎町物件駐車場1台分増設工事

現場住所) 千葉市中央区宮崎町527-18

御見積書

ここにこ本舗(株) 様
平成 30 年 8 月 19 日

工事名称 宮崎町駐車場工事

合計金額		¥ 317,000			
工 種	単 位	数 量	単 価	金 額	摘 要
重機	式	1	35,000	35,000	
土砂搬出	m ³	16.83	3,500	58,905	
ブロック塀	式	1	10,000	10,000	塀内処理
120重ブロック4段積み	m	15.5	10,000	155,000	ベース450x120共
再生砕石	m ³	2.5	3,500	8,750	
諸経費	式	1	26,765	26,765	
* 電気、水は貴社にて支給をお願いします					
小 計				294,420	
消 費 税				23,554	
合 計				317,974	△974

5
リフォーム工事で
良くある失敗例3



5-1. やみくもに見積もりを取る



- やらないよりはいい！しかし…
- マーケティングができていないとボロボロ

ターゲット	品質重視	価格重視
リフォーム内容	高価格、高単価	現状維持、掃除でカバー
メリット	クレーム、滞納が少ない	短期的な利回りがアップ
デメリット	短期的に利回りが落ちる	クレーム、滞納リスク、値引き交渉、退去時の原状回復問題など。
入居までの期間	長め	短め

5-2.舐められる



- 素人だと思われるといきなり高額請求が当たり前。
- リフォーム屋さんも仕事。

取れるときに取らないと廃業してしまう。



この人は・・・、
吹っ掛けられるのか？
吹っ掛けられないのか？

見積もりのフォーマットが全社違うので
舐められても簡単には気づけないことが多い

5-3. 総額だけで判断する

- 三者三様の見積書は総額だけで判断しない



理由；

各社のリフォームによるターゲットも異なる
リフォーム個所が全社同じとは限らない

実際の見積書を見てみましょう。

目指すべき姿とは？

やみくも



**マーケティングを元に
計画的、戦略的に実施**

舐められる



**足元を見られない知識、
経験、ノウハウを手にする**

総額だけで判断



**各項目ごとに詳しく分析できる
知識、経験を手にする**

課題

・職人さんの職種を知ろう

家一軒を建てるまでに
どんな職人さんや職業があるのか？
インターネットで調べてみよう。

