

「質の高いリフォームを生活者に提供する事業者を増やしたい」

「その先に明るい未来がある」

2018年、ジェルコはこうありたいという想いからジェルコビジョン2030が立ち上がりました。そうしてリフォームの質を明らかにできた今、次は待ち受ける未来(社会課題)に向けて総力を挙げ質の向上を進め果敢に行動しなければなりません。その為の道しるべが、「ジェルコビジョン2030推進ガイドライン」です。行政、事業者、生活者、地域が一体となって社会価値創造に向かう第一歩を踏み出しましょう。



## ジェルコビジョン2030推進 3つの柱

しっかり学び、しっかり交流し、しっかり支える

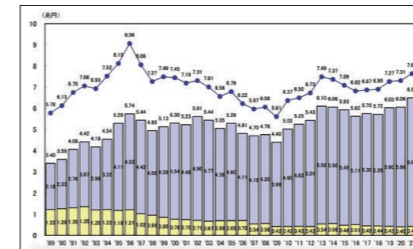
ジェルコ  
ビジョン  
2030

- 1 専門性と学び** ジェルコの強みの一つが学べる組織であることです。様々な学びの場や手法でガイドラインの実践を図ります。
- 2 多様性のある交流** 交流は新たな出会いや情報を得る機会作りです。様々な場所、方法で多様な生きた交流を進めます。
- 3 活力ある組織** ジェルコビジョン2030とガイドラインを共有、推進する活力あるジェルコらしい組織を築きます。

### リフォーム市場は今後も安定的な上昇傾向

リフォーム産業の市場規模は、過去数年間6兆円から7兆円台で推移し、2030年までは緩やかに上昇するという予測があります。少子高齢化で国内全体の人口減が進みますが55歳から74歳をリフォーム適齢と考えた時、2040年でもリフォーム適齢期人口は1900万世帯見込まれ、現状の市場規模を維持しているという予測もあります。今後のリフォーム産業の市場は安定的に上昇すると考えられます。

公益財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター集計



### 異業種参入が今後も顕著に

10年前は大手、中小共にリフォーム専門会社、新築兼業工務店が中心のリフォーム業界ですが、現在はハウスメーカー、新築ビルダー、不動産ディベロッパー、家電量販店、ホームセンター、専門工務店(給湯器、外壁など)などが参入し、それぞれのカテゴリーの上位会社は前年比二桁の成長を遂げています。これらの成長は今後数年間続くと考えられ、消費者の選択肢が増えて同業他社ではなく異業種他社との比較が増えてくると考えられます。



### 求められるのは変化に対応できる事業者

ジェルコは創立40年を超えましたが、会員代表者、事業責任者の年齢構成比をみると40代、50代が全体の65%と歴史の割には若い団体です。新たな会員を増やしている事、事業継承した会員が多い事が理由と考えられます。顧客はネットで業者を探し、対面での商談を望まない等、急激な変化が見られます。ジェルコは「質の高いリフォームを提供する」という本質を堅持し、変化する顧客の期待や信頼に応え続ける団体でなければなりません。



## どう改善? どう成長するか?

### 課題解決がビジネスチャンスに

安定的な市場がある一方今後増加する自然災害、多様な住まい方への要求、高度テクノロジー対応、空き家問題、高齢者や子育て支援そして住宅資産価値向上などの社会課題が迫ります。リフォーム事業はこれらの課題を解決する最前線です。社会課題解決がビジネス連動し成長の未来が開けていきます。

### キーワードは品質とネットワーク

今後、新たな競合が増えていく中で求められるのはリフォームの質の高さと共創、協働するネットワークの存在です。ジェルコではリフォームの「質」をワーク(提案・設計・施工・アフターなど)+経営の質と定義づけています。同じ方向を向く仲間と学び、交流しリフォームの質の向上に努め、地域に必要な存在を目指します。

### 知的資源の再確認を

ジェルコは多様な事業者が集まる団体です。そこには長年リフォームの現場で培ってきた豊富な知的資源があります。知的資源を再確認しその共有、活用でリフォームの質の向上、人材育成、リフォーム業界の地位向上に貢献することができます。ジェルコは生活者、事業者、社員、技能者、行政の期待に応えていきます。

## ジェルコリフォーム実践の手引きで着実に実践と成果!

### 花咲かジェルコ!!

花は枝が、枝は幹が、幹は根が、根は大地に。

根と幹と枝がしっかりしていれば、自社の強みを活かした花が咲く!

ジェルコビジョン2030を推進し事業者の明るい未来を手に入れるためには、まずジェルコリフォームを理解し身につけ精度を上げていく必要があります。そこをサポートするのが「ジェルコリフォームの実践の手引き」です。そして3つの柱(左記)を通して成長していきます。実践の手引きはこれから作成されます。

