

平成 28 年度 ジェルコ会員企業様意識調査 報告書

平成 28 年 9 月

< 目次 >

I. 調査の概要	3
II. 調査結果の概要	4
1. 調査対象企業の特徴	4
2. ジェルコに対しての会員企業の意識について	5
3. ジェルコ全般について.....	6
III. 調査の結果（詳細）	9
1. 貴社の状況を教えてください。	9
2. ジェルコに対しての考え方、活動状況についてお伺いします。	11
3. ジェルコ全般についてお伺いします。	21
IV. アンケート内容	35
V. おわりに	37



I. 調査の概要

1. 調査の目的及び概要

本調査は、一般社団法人日本住宅リフォーム産業協会の第一種正会員 371 社を対象として、団体に対しての理解と活動状況、及び、今後の期待などを把握することを目的としたものである。団体の設立から 30 年にして大規模な意識調査としては初の試みであったが約半数を超えるアンケートの回収を行うことが出来た。

2. 調査の方法

事務局より対象の第一種正会員 371 社に対して、郵送でアンケートを送付。合わせて登録のメールアドレスに同内容のアンケートを配信。FAX、メール、Web フォームにて回答を得た。

- ・ 調査対象 第一種正会員 371 社
- ・ 実施期間 2016 年 6 月 14 日 ～ 2016 年 8 月 17 日までに提出された回答を集計
- ・ アンケート提出数 192 社 アンケート提出率 51.8%

図 1 支部別提出状況

支部	会員数	提出数	提出率
北海道	18	11	61.1%
東北	31	13	41.9%
関東甲信越	132	65	49.2%
中部北陸	26	18	69.2%
近畿	57	31	54.4%
中国四国	42	21	50.0%
九州	54	28	51.9%
沖縄	11	5	45.5%



Ⅱ．調査結果の概要

アンケート項目のうち、特徴を表す項目を抽出。

1．調査対象企業の特徴

（１）入会年数は約 60%の企業が 10 年以下の会社と比較的入会年数が短い企業が過半数を占めている。入会 20 年を超える会員も 2 割近くを占めた。常に新しい会員が入会してきていることが分かった。

図 2 1．ジェルコに入会してから何年ですか

期間	割合
～半年	7 %
～1 年	1 1 %
～5 年	2 3 %
～10 年	1 9 %
～20 年	2 2 %
～30 年	1 3 %
それ以上	5 %

（２）アンケート回答者は 40 代までが約 50%を占め、比較的若い世代の意見を取ることが出来た。

図 3 2．ご回答者の年代をお答えください。

期間	割合
20 代	1 %
30 代	7 %
40 代	4 2 %
50 代	2 6 %
60 代	2 1 %
70 代以上	3 %

（３）回答者はアンケート依頼時に経営者および経営幹部にお願いしたい旨をつけていたこともあり、約 80%が経営幹部からの回答を得る事が出来た。

図 4 3．あなたのお役職をお答えください。

期間	割合
経営者（代表）	6 2 . 5 %
役員	1 9 . 3 %
管理職	1 3 . 0 %
一般社員	5 . 2 %

(4) 各企業の事業構成にもよるが、リフォーム部門については年商 3 億円以下の企業が約 7 割を占め、中小零細の事業規模の会社が会員の多くを占めているということが改めて確認された。

図 5 7. リフォーム部門の売り上げをお答えください。

売上高	割合
～1 億円	3 0 %
～3 億円	3 7 %
～5 億円	1 5 %
～10 億円	7 %
それ以上	1 0 %
非公開	1 %

2. ジェルコに対しての会員企業の意識について

(1) 入会動機については、勉強のところが約 70%を占めた。

・ 入会動機としては、「付き合いで」や、「親（前）の代から入会」が約 1 割ずつと低い数字となり、前向きな入会動機が多数を占めていることが分かった。

図 6 II-1. ジェルコに入会した目的と動機を教えてください。

回答	割合
勉強のため	67.0%
業界団体に入りたかった	27.2%
ネットワークづくりの一環	40.8%
ジェルコ保険のため	11.0%
付き合いで	11.0%
親(前)の代から入会	11.0%

(2) 支部会については魅力を感じている企業が全体の 7 割を占めた。

・ 九州支部と東北支部での魅力を感じる割合が比較的高く、北海道支部が少し落ちる形となり、若干の支部における格差が見受けられた。

・ 3 %の企業が案内が来ていないと回答しており、連絡確認体制の見直しを行う必要がある。

図 7 II-3. 支部会についてどう思われていますか。

回答	割合
魅力を感じている	71%
魅力を感じていない	26%
案内が来ないのでわからない	3%

(3) 本部・支部で行われている各種セミナーについては約 8 割の企業が魅力を感じており、入会動機の目的で一番多くを占めた勉強のためという目的にそった回答結果となっている。

・ 九州支部が突出して評価が高いが、概ね各支部共に大きな差は見受けられなかった。

図 8 II-5. 各種セミナー、実践研究会について

回答	割合
魅力を感じている	79%
魅力を感じていない	21%

(4) ジェルコが取り組んでいる事業について、5割近くの会員に認知されていない事業があり、今後の告知方法、及び、新入会員企業に対してのオリエンテーリング等の重要性が再確認された。

図 9 各事業の不認知の占める割合

1. 増改築相談員の開催	7%
2. ジェルコ工事補償制度	5%
3. ジェルコリフォームデザインコンテスト	3%
4. コレカラ	42%
5. ジェルコインスペクション	12%
6. ジェルコ補助金申請サポート	41.4%
7. ジェルコレポート	2%
8. ジェルコデイ	43%
9. ジェルコリフォーム履歴	51%
10 ジェルコアカデミー	25%
11. 会員企業訪問	29%
12. 国交省の団体登録	12%

3. ジェルコ全般について

(1) ジェルコの活用状況については約 50%の企業があまり活用していない、まったく活用していないという回答であった。

- ・ 支部別でみると、九州が 4 割を超える企業が活用していると回答している反面、東北支部は活用していると答えた企業が 15%にとどまり、支部間の差が見受けられた。

- ・ アンケート前段で様々なジェルコが提供しているサービスを列記していた為、活用していないという回答になってしまった面もあり、アンケートの冒頭で聞いた場合はまた違った結果になったと思われる。

図 10 Ⅲ－1. 上記の質問を踏まえて、貴社ではどれぐらいジェルコを活用していると思いますか。

回答	割合
大変活用している	11%
活用している	21%
ふつう	18%
あまり活用していない	43%
まったく活用していない	7%

(2) 入会してよかったことについては、7割を超える企業が「勉強になる」と回答。

- ・ 反面、7%の企業から入会してよかったことはないとの回答もあり、入会メリットを実感してもらうための働きかけが必要。

図 11 Ⅲ－３．入会してよかったこと

勉強になる	72.6%
ネットワークが出来る	54.7%
仕事になる	4.5%
信用がついた	21.8%
コストダウンが出来た	3.4%
ない	7.3%

(3) ジェルコを活用しきれない理由は「時間が取れない」が全体の3/4を占めた。

- ・ 従業員規模が10名以下の企業が45%を占め、回答者自身も業務で多忙な状況が反映されている。
- ・ また、約1/3の企業が会場が遠いと回答。会場の選定も検討事項となると思われる。

図 12 Ⅲ－４．ジェルコを活用しきれない理由がありますか。

時間が取れない	75.0%
会場が遠い	35.2%
知り合いがいない	7.8%
興味がない	4.7%
仕事に結びつかない	10.9%

(4) 現状は活用できていないが加入している目的は「情報を得られるから」が7割を占めた。

- ・ 業界団体として、様々な情報が集まってくるところに魅力を感じてもらっていることが確認された。
- ・ また、約3割の企業は「いずれは参加したい」と回答。ジェルコに対しての参加希望はあるが、現状の業務との兼ね合いが難しい中小企業の問題点が再確認された。

図 13 Ⅲ－５．ジェルコを活用できていないけれど入会されている目的はなんですか。

付き合いで	11.7%
いずれは参加したい	28.3%
親が入っていたから	1.7%
安心感・信頼感	35.8%
情報を得られるから	70.0%
保険加入のため	16.7%
なんとなく	5.8%

(5) 現在抱えている会社としての悩みは、「人材確保」、「人材育成」が共に 6 割を超えた。

- ・ 昨今の有効求人倍率の上昇に伴い、リフォーム業界の人材確保・人材育成の難しさが再確認された。

図 14 **Ⅲ－ 7．現在、会社としての悩みはどんなことでしょうか？**

受注件数増加	38.9%
人材確保	63.8%
人材育成	60.0%
営業力強化	48.1%
施工力確保	35.1%
提案力向上	34.1%

(6) ジェルコに対しての期待されていることについては、団体としてのブランド力を高めて欲しいという内容が多数を占めた。

- ・ 本部に対しては、国、国交省との関係性を強化してもらいたい、会としての組織強化、勉強会への要望の意見が多く見られた。
- ・ 支部に対しては、より会員企業に対してのメリットを意識した展開を希望されている意見が多く見られた。

(個別の記載内容については、39 ページに掲載)

図 15 **Ⅲ－ 10．会の活動でこれからのジェルコに期待することはありますか？**

1. 会の活動への希望、充実を望む意見	34.2%
2・組織強化、ブランディングの強化を望む意見	41.1%
3. 会員各社のことについて	9.6%
4. 会への要望、要望	11.0%
5. その他、励ましのご意見など	4.1%

(7) ジェルコに対しての望むことは、ジェルコの組織強化、及び、様々な勉強会の実施が約 3 割を占めた。

- ・ 本部に対しては、消費者に対しての認知度のアップを望む声が多く見られた。
- ・ 支部に対しては、会員拡大や、従業員を含めた横のつながりを求める声が多く見られた。

(個別の記載内容については、43 ページに掲載)

図 16 **Ⅲ－ 11．貴社のニーズとして、これからのジェルコに望むことはありますか？**

1. 組織強化について	29.5%
2. 営業支援について	9.1%
3. 勉強会について	27.3%
4. 経営支援について	9.1%
5. その他	25.0%

Ⅲ. 調査の結果（詳細）

1. 貴社の状況を教えてください。

図 17 I-1. ジェルコに入会してから何年ですか

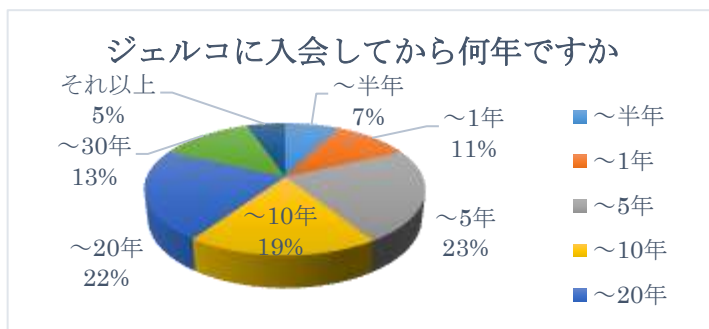


図 18 I-2. ご回答者の年代をお答えください。

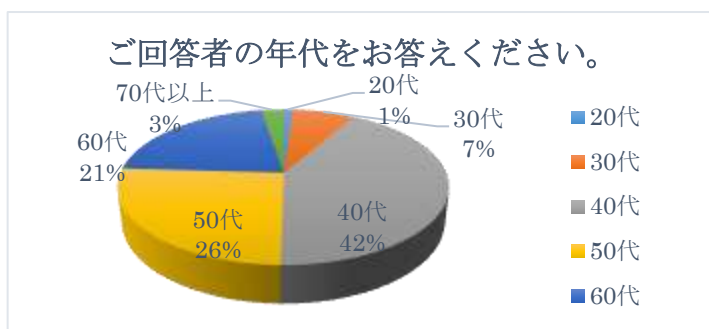


図 19 I-3. あなたのお役職をお答えください。

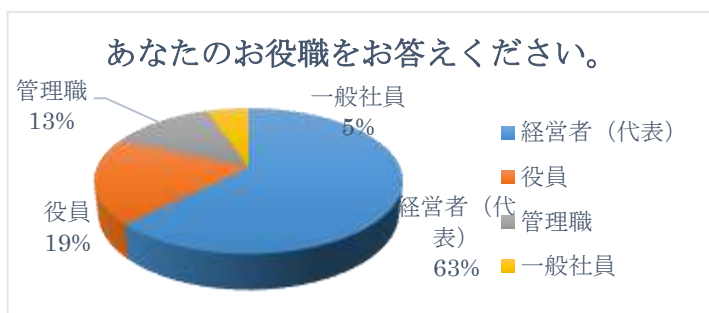


図 20 I-4. 従業員は何名ですか

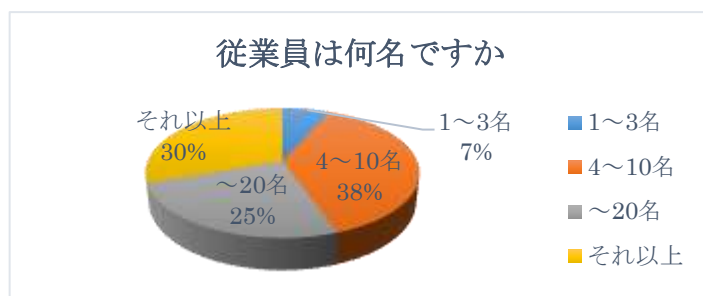


図 21 I-5. 営業拠点数をお答えください。

平均	2.8 拠点
中央値	1 拠点

有効回答数 142 社中、84 社の営業拠点が 1 拠点。

図 22 I-6. 貴社の売り上げをお答えください。

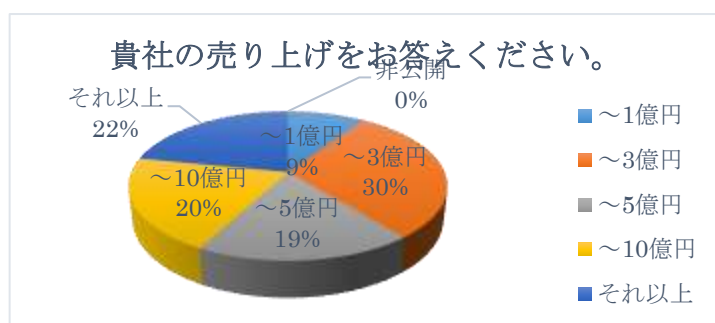
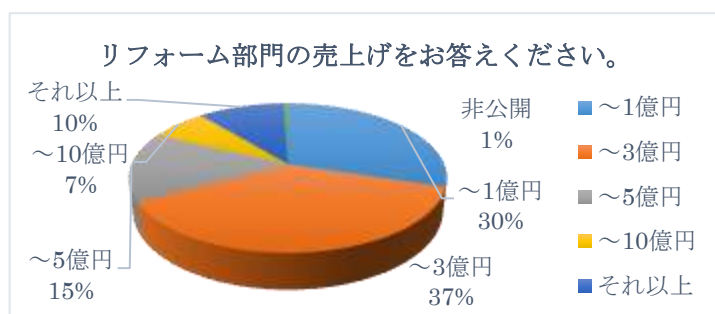


図 23 I-7. リフォーム部門の売り上げをお答えください。



2. ジェルコに対しての考え方、活動状況についてお伺いします。

図 24 II-1. ジェルコに入会した目的と動機を教えてください。

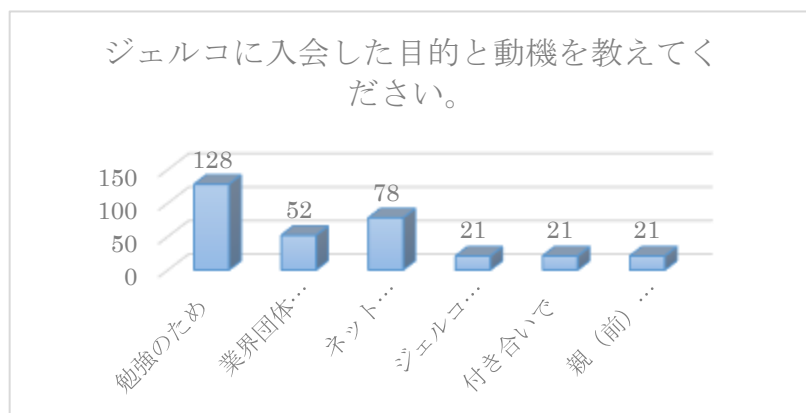


図 25 II-1. 有効回答に対する割合

勉強のため	67.0%
業界団体に入りたかった	27.2%
ネットワークづくりの一環	40.8%
ジェルコ保険のため	11.0%
付き合いで	11.0%
親(前)の代から入会	11.0%

【自由記載欄】

<東北支部>

- ・ 今年はイベントも開かれとても勉強させていただいております。
- ・ 後継者育成と社員資質向上

<関東甲信越支部>

- ・ リフォームの技術・知識向上のため
- ・ しっかりとした団体に参加し、勉強すると同時に国策などの最新情報が得られると思った。
- ・ コンテスト

<中部北陸支部>

- ・ 情報の共有やアドバイスを頂ける学び合える環境がある為

<近畿支部>

- ・ 大阪府マイスター登録の為
- ・ リフォーム業創業期に業界の仕事の内容の勉強のために当初コンサルタントをされていた大田師の勧めで入会
- ・ ジェルコ創設依頼のお付き合いだから。

<中国四国支部>

- ・ 住宅リフォーム事業者団体登録

<九州支部>

- ・ 谷口元会長の講演を聞いて
- ・ リフォームの仲間をつくりたかったから。

ジェルコでは、毎月全国どの支部でも定例会、支部会、ブロック会、役員会などを開催しており、毎回様々なテーマで話し合われ情報交換の場として活用されているほか、様々な、セミナー、講習会、勉強会、見学会、実践研究会等と随時開催しています。

図 26 II-2. 支部の会などに

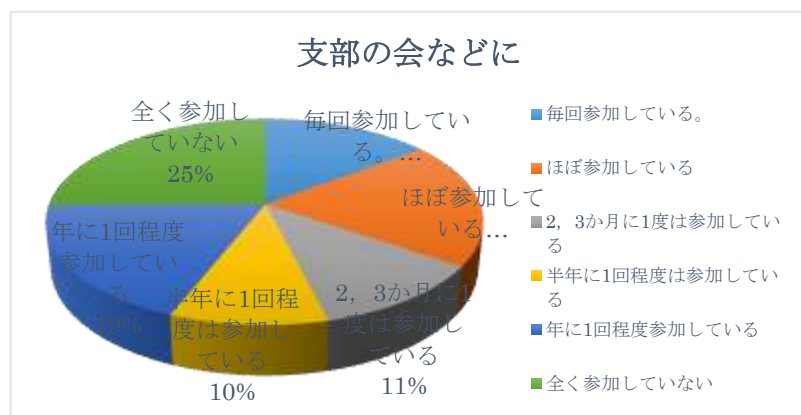


図 26 II-2. 支部の会などに

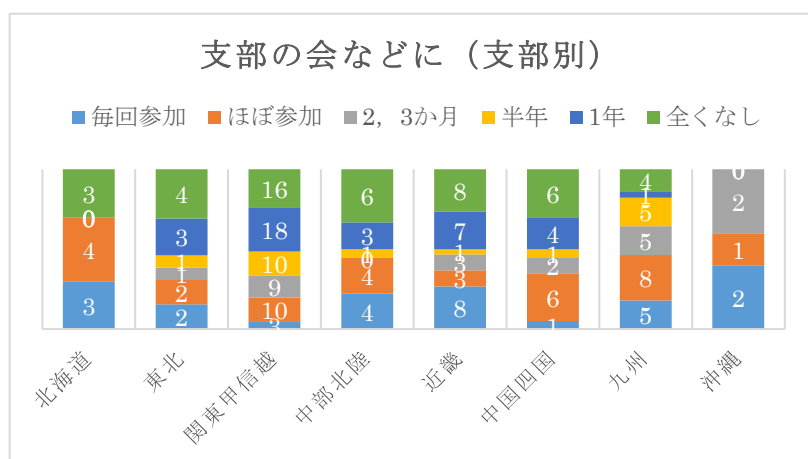


図 27 II-3 支部会についてどう思われていますか

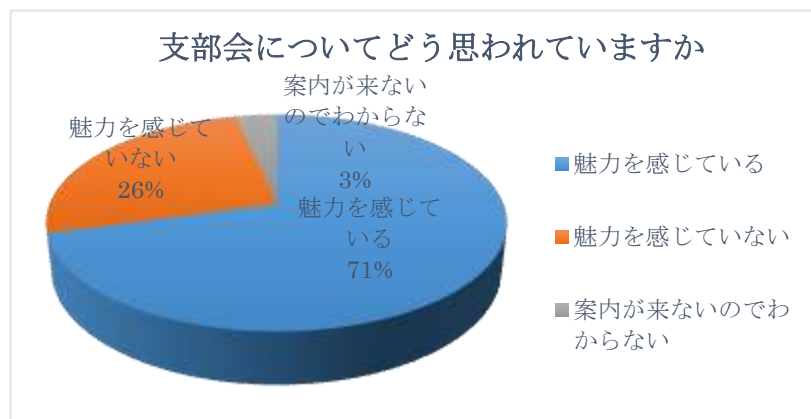
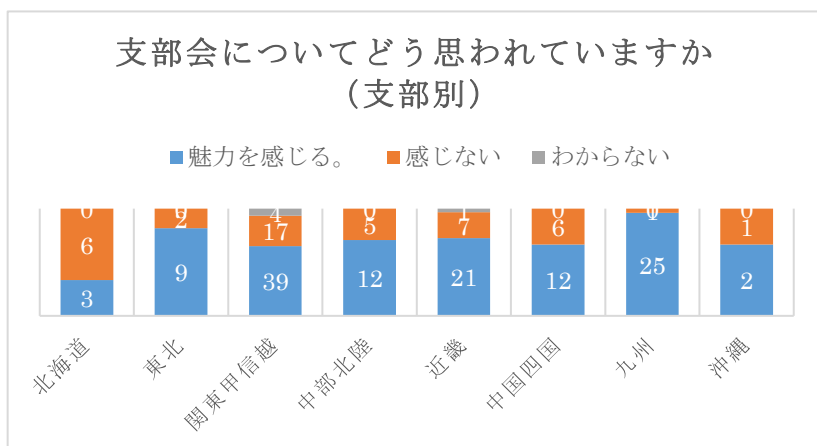


図 28 II-3 支部会についてどう思われていますか（支部別）



ジェルコの全国8支部では年間を通じ、ほぼ毎月様々な活動をしています。各種セミナー、実践研究会、役員会、サロンなどなど盛りだくさんの内容です。

図 29 II-4. 各種セミナー、実践研究会について

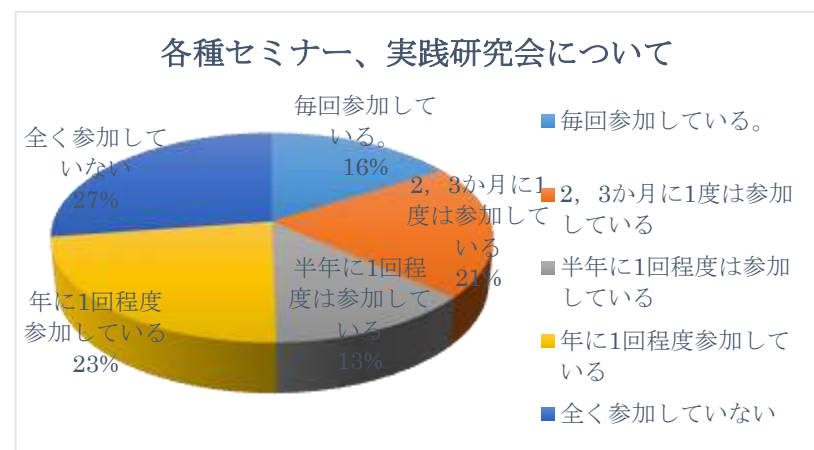


図 30 II-4. 各種セミナー、実践研究会について（支部別）

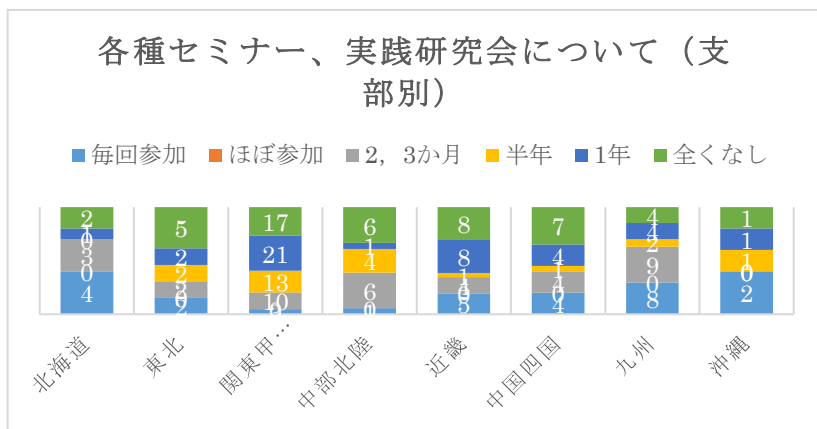


図 31 II-5. 各種セミナー、実践研究会について

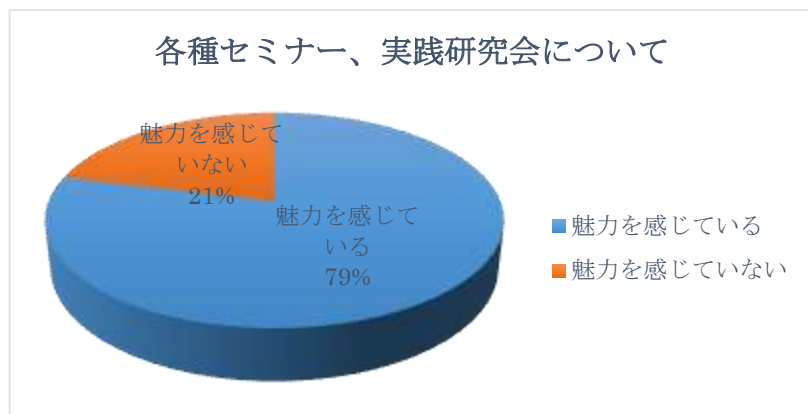
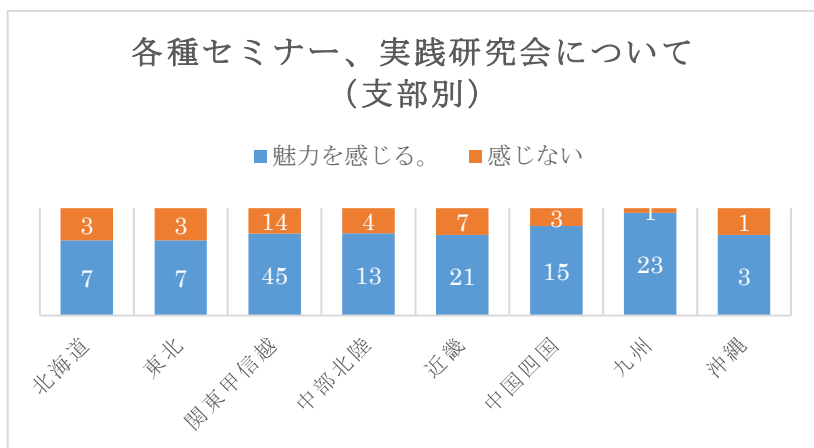


図 32 II-5. 各種セミナー、実践研究会について（支部別）



- ・ 各支部とも、魅力を感じている会員企業が多数を占めた。

ジェルコでは全国 8 支部で、毎年この増改築相談員研修会・更新研修会を開催しています。

図 33 II-6 増改築相談員をご存知ですか？

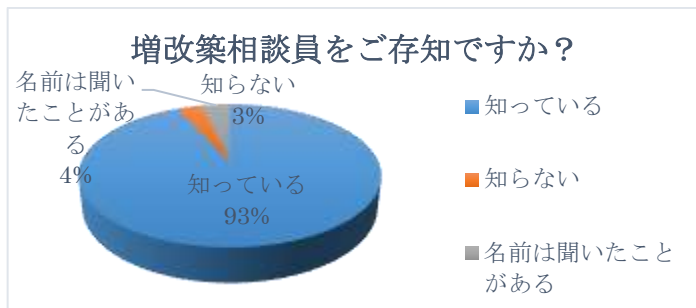


図 34 II-7. ジェルコで開催していることをご存知ですか

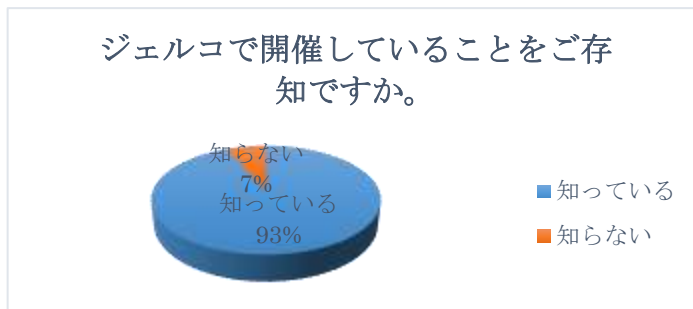


図 35 II-8. 増改築相談員の資格取得者はいらっしゃいますか

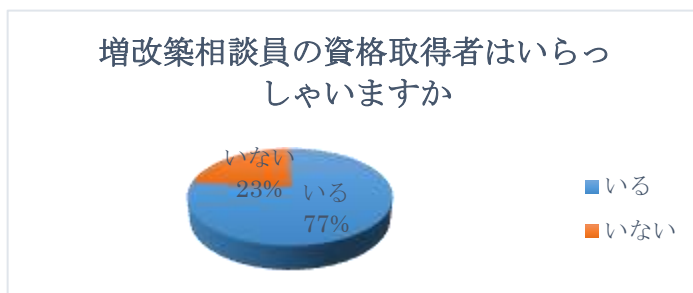
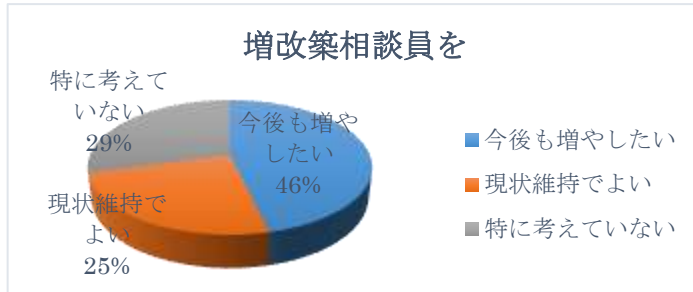


図 36 II-9. 増改築相談員を



ジェルコ独自の工事保険として「ジェルコ総合補償制度」は現在約 100 社が加入しており、国内トップ水準の保険料率となっています。

図 37 II-10. ジェルコ工事補償制度をご存知ですか。

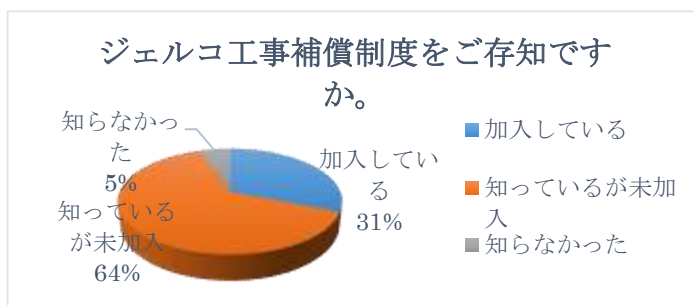
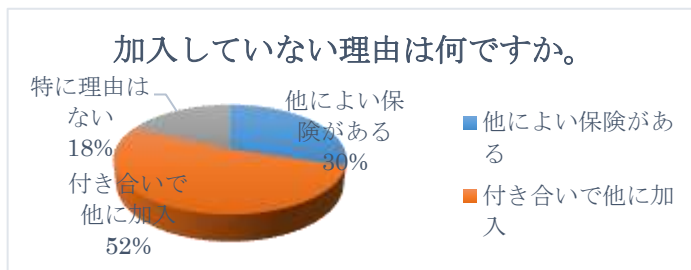


図 37 II-11. 加入していない理由は何ですか。



ジェルコリフォームデザインコンテストとは、リフォーム業界では最も代表的な施工事例コンテストの一つで、国土交通省、経済産業省などからも後援をいただいています。

図 38 II-12. ジェルコリフォームデザインコンテストに

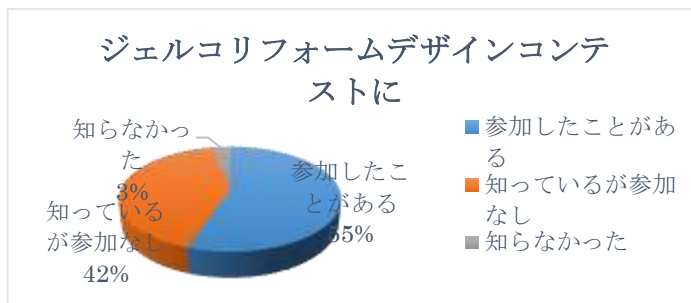
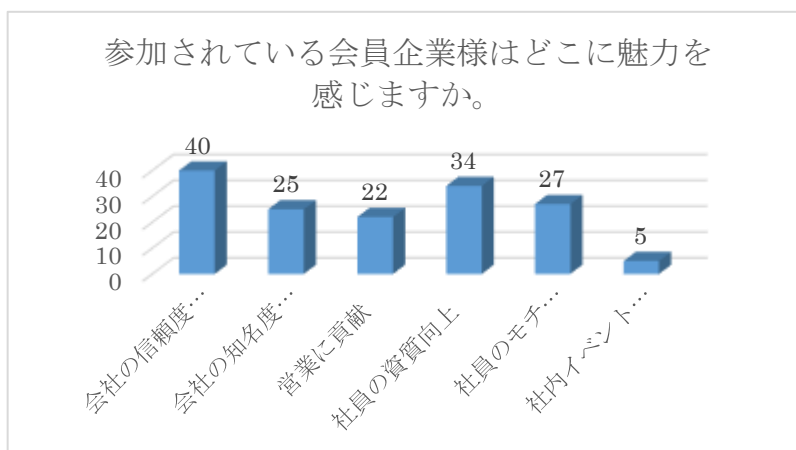


図 39 II-13. 参加されている会員企業様はどこに魅力を感じますか。



2015年9月1日に、これからリフォームをされる消費者の皆様の為に電話相談窓口『コレカラ』を設置しました。

図 40 II-14. コレカラについて

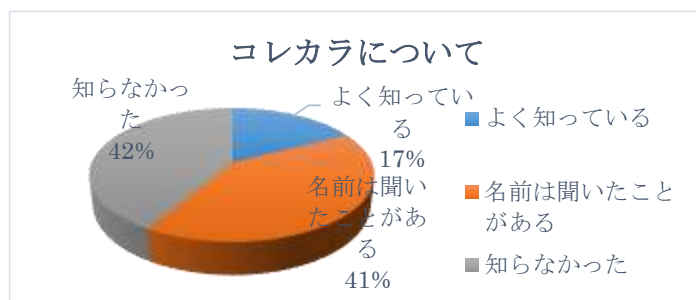
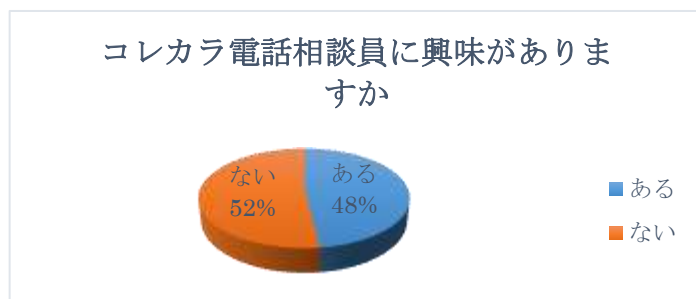
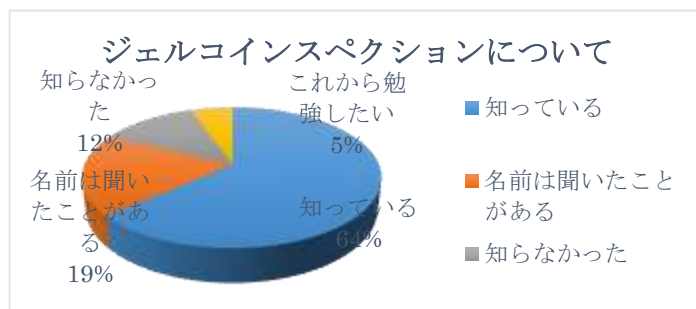


図 41 II-15. コレカラ電話相談員に興味がありますか



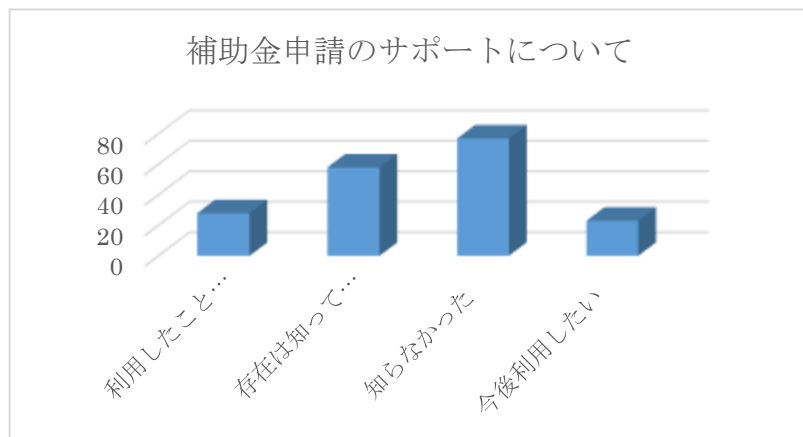
2015年6月に国土交通省から「インスペクションガイドライン」が策定されました。ジェルコでは国交省の住宅ストック活用・リフォーム推進事業を受けながら「性能向上リフォームのためのインスペクション基準」として取りまとめています。

図 42 II-16. ジェルコインスペクションについて



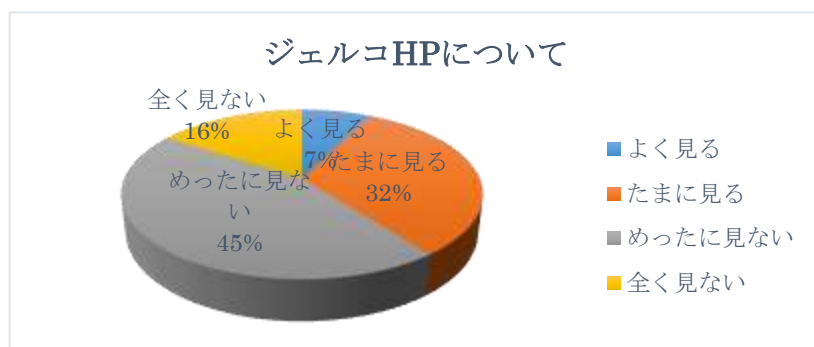
我々の業界では、「国庫補助」と「各地方公共団体の補助」の2つの補助金があります。申請以降の手続きの煩雑さを敬遠される方も多いため、会員企業の事務作業を軽減することを目的としたサポートをしています。

図 43 II-17. 補助金サポートについて



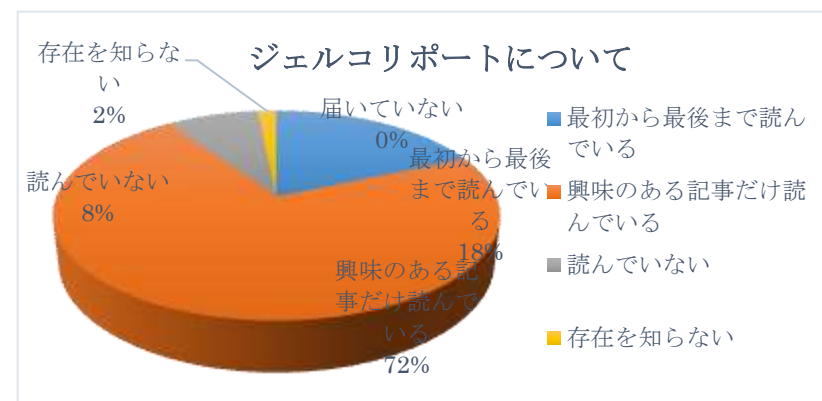
ジェルコの HP は皆様の営業活動をお手伝いできるように 3 年前に大幅にリニューアルしました。

図 44 II-18. ジェルコ HP について



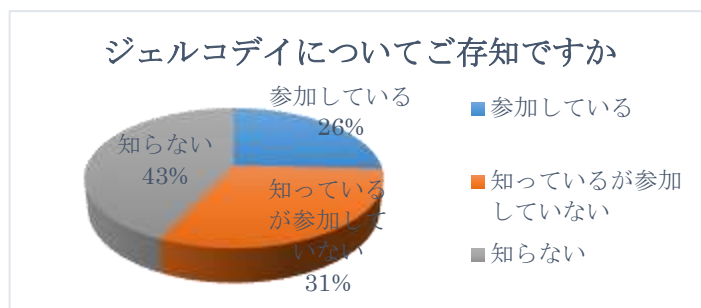
ジェルコでは、会員企業様に、年4回のジェルコレポートの発行を行っています。

図 45 II-19. ジェルコレポートについて



「ジェルコデイ」とは、全国の一般消費者の皆様へ、毎年10月に全国8支部のジェルコ会員社が一斉にジェルコの告知活動を行う日です。

図 46 II-20. ジェルコデイについてご存知ですか



ジェルコリフォーム履歴は平成20年度第1回超長期住宅先導的モデル事業「既存木造住宅の超長期利用のための維持管理システム」に採択されて構築しました。

図 47 II-21.ジェルコリフォーム履歴を知っていますか。

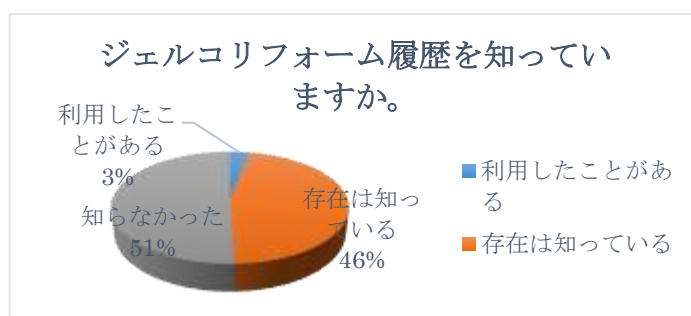
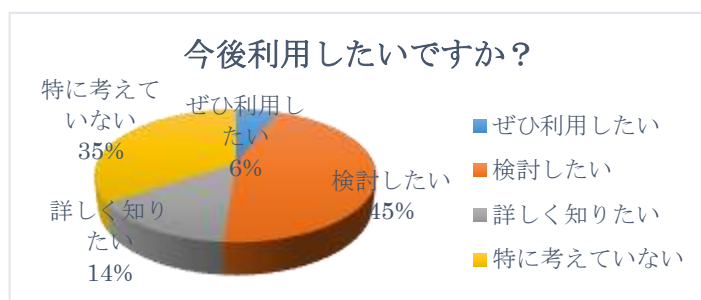
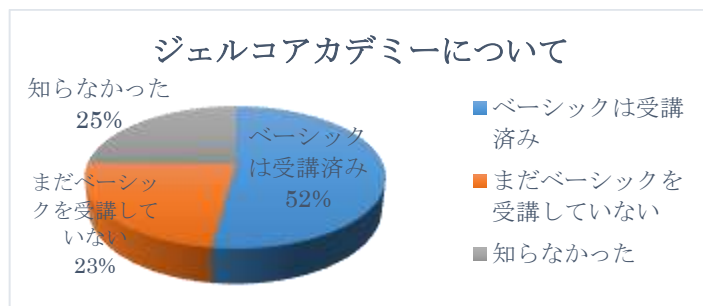


図 48 II-22.今後利用したいですか？



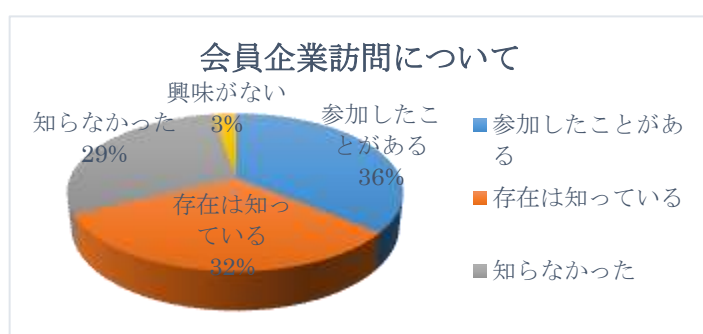
ジェルコ会員としてリフォーム事業を遂行するために、備えておきたいリフォームに関する総合的な知識を学ぶために、ジェルコリフォームアカデミーが創設されました。ジェルコに入会してから最初に受講していただく「ベーシック」、より深くリフォームについて学んでいただく「アドバンス」と2つのコースとなっております。

図 49 II-23. ジェルコアカデミーについて



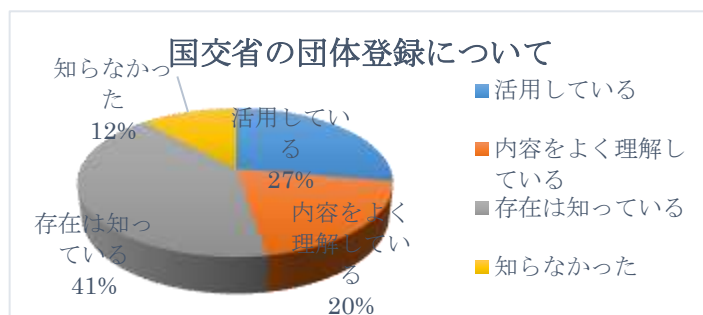
会員企業同士の交流を深めることで、同じリフォーム業を営む仲間として、胸襟を開いた付き合いができるようになり、会員企業を訪問することで会員としてのお付き合いや会話が交わされる機会を設けることができます。

図 50 II-24. 会員企業訪問について



住宅リフォーム事業の健全な発達及び消費者が安心してリフォームを行うことができる環境の整備を図るために、国土交通省の告示による住宅リフォーム事業者団体登録制度を創設しました。ジェルコでは登録番号2号として、認定を受けています。

図 51 II-25. 国交省の団体登録について



3. ジェルコ全般についてお伺いします。

図 52 III-1. 上記の質問を踏まえて、貴社ではどれぐらいジェルコを活用していると思いますか。

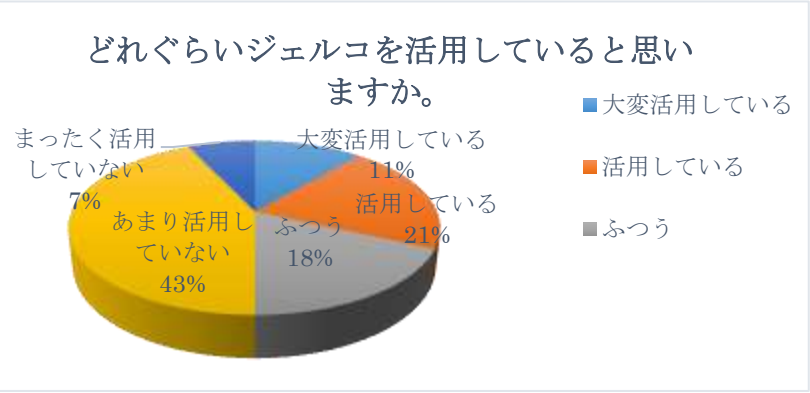


図 53 III-1. 上記の質問を踏まえて、貴社ではどれぐらいジェルコを活用していると思いますか。(支部別)

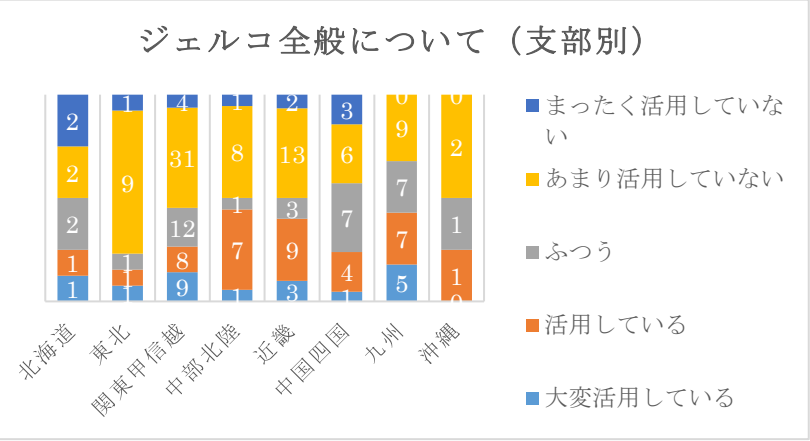
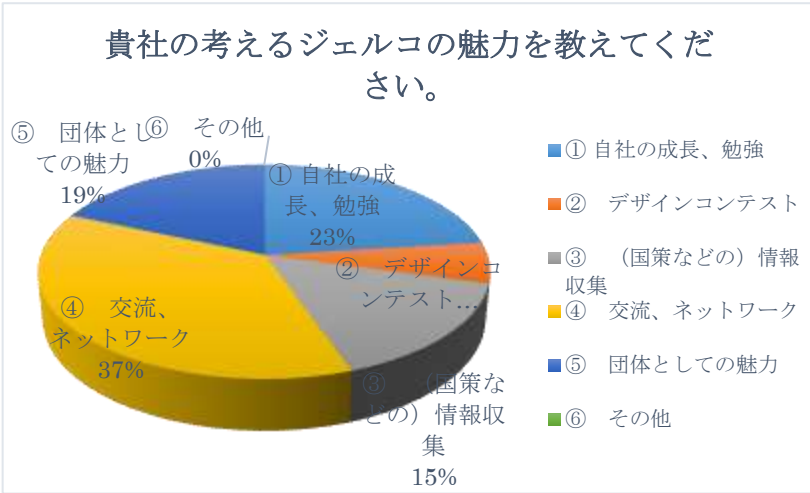


図 53 III-2. 貴社の考えるジェルコで活動する魅力を教えてください。



【自由記載】

① 自社の成長、勉強

- ・ ご趣旨のとおり、業界団体への単なる加入ではなく、会社及び社員の資質向上のために活用して行きたい
- ・ 目標の会社ができること、お話できること、訪問できること
- ・ 同業他社でもあり、同志として様々な悩みや課題を共有することで、経営マインドの高揚につながる。今後は国の施策の取り組みと情報が重要。
- ・ 同業者から受ける刺激
- ・ 勉強熱心な所
- ・ 弊社の倫理経営理念の実践、技術水準の向上、他社との良き交流のため。
- ・ 業界の動向等、情報収集と他社経営者から学びを得る事が出来る
- ・ 市内で当社のみジェルコに入会しているが、メーカーの人は解っているが、それ以外ではあまり知られていないが、セミナーなどで社員教育には役立っている。
- ・ 情報交換&レベルUP & 業界への貢献
- ・ リフォーム事業の品質向上に役立つと思います。
- ・ 団体の中で会社の向かう方向を間違えないようにしたい。できれば既存売上+プラスの営業が出来れば利用したい
- ・ 身近な先生がたくさんいらっしゃる
- ・ 研修を通じて社員の能力向上
- ・ 支部内、支部外共に実践研を中心に営業、施工能力の向上、会員相互の懇親
- ・ 人のレベルアップ、体制づくり等の自社のポジショニング。雑談の楽しさ。

② デザインコンテスト

- ・ 2015 ジェルコデザインコンテストへの参加 研究会等（勉強会）などへの参加
- ・ リフォームデザインコンテスト
- ・ ①ベンチマーク ②コンテスト
- ・ 各種セミナーが大変勉強になる。デザインコンテストがあったので入会した。

③ （国策などの）情報収集

- ・ 他社、他県の動向が解る
- ・ 他業者との情報交換など
- ・ 情報や交流や他社業界の取り組みに興味があります。
- ・ セミナー・勉強会等活発な活動・助成金等の NEWS・サロン等参加したいことばかりですが、まだ加盟して間もないこともありなかなか機会が出来ずにいます。
- ・ 国や業界内の話が早い段階でできくことが出来る
- ・ リフォームの新しい情報入手
- ・ 情報のスピード
- ・ リフォーム業界に係る国の施策、方向性を勉強できること
- ・ 情報と交流
- ・ 全国規模で活動している団体ですので、全国各地のさまざまな活動が理解できる。

④ 交流、ネットワーク

- ・ 他社様との交流で、よい点を学ぶことが出来る。
- ・ 同業他社と情報交換が出来ること
- ・ 素晴らしい仲間とあっていろいろコミュニケーションをもてし参考になる会社がたくさんあると思います。
- ・ 先進同業者との交流。情報交換
- ・ 情報交換、人脈作り
- ・ 同業社との交流、情報交換
- ・ 入会したばかりであり活用できていませんが、同業社の仲間と色々な情報を共有できる。
- ・ 同業種の交流、各セミナー
- ・ 多くのリフォーム会社さんと情報交換が出来る リフォーム関連の国策など最新の情報が得られる
- ・ 人との出逢い
- ・ 同業者同士での研鑽が出来る
- ・ 会員同士の情報交換 業界のセミナー
- ・ 業界の多くの方々とお付き合いをしていく中での情報交換が出来るので、自分だけの価値観、内向きにならずに、色々な考え方を参考にできる。
- ・ 1. 相談できる仲間ができる 2. 社員の研修 3. 友だち仲間との楽しみ
- ・ 情報交換の場
- ・ 会員企業との情報交換と、メーカーとの直接的なやり取り
- ・ 他社とのネットワーク作りと情報共有
- ・ 刺激をもらえる人たちと過ごすことが出来ています。
- ・ 会員どうしの交流
- ・ 支部役員会、セミナー等で情報交換や情報収集が出来る。
- ・ 同業他社との意見交換
- ・ 知り合いができる
- ・ 情報収集、同業社のネットワーク構築
- ・ 会員同士の情報共有

- ⑤ 団体としての魅力
- ・ 行政指針との連携、人材育成など団体としての強みを活かしていきたい
 - ・ 国内で一番歴史が有り、リフォーム業界を牽引している団体だから。
 - ・ お客様の信用を得るのに役立つ
 - ・ リフォーム業界団体として魅力があるので
 - ・ 一定基準以上の法人ということを告知できる
 - ・ 団体の信頼性
 - ・ 社員教育、業界トップの団体というブランド力（営業支援）、情報収集
 - ・ 一般のユーザーに信用が得られる事。会社訪問が出来る事。（勉強が出来る）人と人がつながる。
 - ・ 信頼性
 - ・ 国交省の住宅リフォーム事業者登録団体の件を自社 HP でも告知させていただいています。今後、ますますリフォーム需要が高まるなかで、ジェルコ活動を基にリフォームについて勉強や情報交換ができると（切れてる）
 - ・ 顧客への安心感、信頼度に連動するブランド力の周知がされることを期待しているため
 - ・ 国土交通省へリフォーム事業者団体登録制度の団体である会員としての信頼性
- ⑥ その他
- ・ たぶん中に入って活動すればするほど魅力を感じるようになるのでしょうか。
 - ・ 特に考えられない
 - ・ ほとんど活用してなく、増改築相談員であること告知している
 - ・ 今はまだわからない
 - ・ 零細企業でセミナー参加は時間的余裕がなく年1～2回 保険は重宝している。
 - ・ 現在のところ、まだ入会直後のため、まだ魅力を感じていない
 - ・ ホームページを活用したい
 - ・ まだ入会したばかりなので活用できていない
 - ・ なし
 - ・ 特にない
 - ・ ジェルコの活動を、業務に追われ理解しきれていません。

図 54 III-3. ジェルコに入会してよかったことを教えてください。

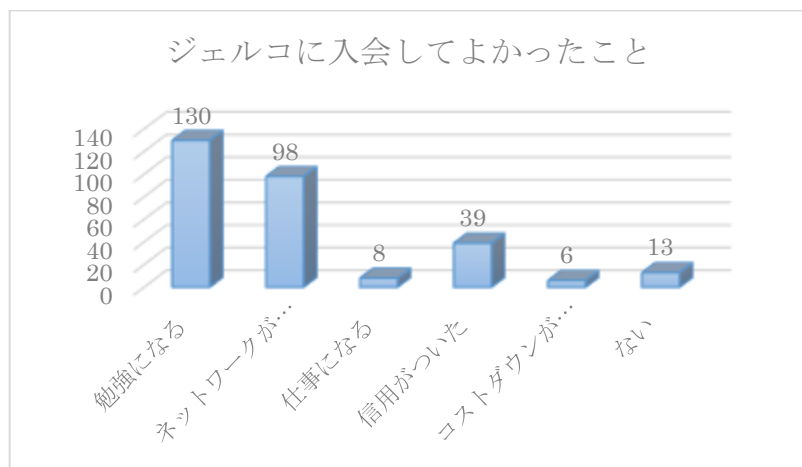


図 55 III-3. 有効回答に対する割合

勉強になる	72.6%
ネットワークが出来る	54.7%
仕事になる	4.5%
信用がついた	21.8%
コストダウンが出来た	3.4%
ない	7.3%

III. 3－2. 自由記載欄

<北海道支部>

- ・ 保険もある点安心

<東北支部>

- ・ 各企業（メーカー含む）と今後について話し合いが出来る事。様々な角度から物事を考えられる様になりました。（メール等含む）
- ・ ジェルコ総合補償制度の利用によりコストダウンが出来た。

<関東甲信越支部>

- ・ 各社の意見、姿勢、考え方に触れることが出来る
- ・ つながり、リレーションが生む様々な相乗効果。何より自身の成長につながる。
- ・ まだ前述のように参加が出来ておらず実感として回答できない状況です。
- ・ 数社の経営者と知り合いになれたこと
- ・ 世の中の情報に遅れないこと
- ・ これからそうなるように努力していきたいと思います
- ・ 保険が以前より安くなった
- ・ 全国リフォームコンテスト入賞
- ・ まだ入会したばかりでこれからリフォームを展開しているところなので、まだ何とも言えない状況です。
- ・ 各社さんのやり方などが、見れて勉強になった
- ・ ジェルコアカデミーはじめ、講習会、Web 受講など大変勉強になっている
- ・ まだ短いですが諸先輩方とお話すると、勉強になる事ばかりです。
- ・ 同じ県内の方や他県の方との情報交換、他社の取り組みなど刺激になっています。
- ・ 保険が安く入る

<中部北陸支部>

- ・ ◆2015' ジェルコ中部北陸支部デザインコンテストにてサニタリー・玄関ホール・外まわり部門で「最優秀賞」受賞した。その際、名工大 伊藤先生の講義は刺激になった。◆上記3. にて受賞式に参加した際、K 社の取組姿勢など興味が湧き、その後、1 月に K 社へ訪問させて頂き、経営方針・営業スタイルなど説明を聞いた。市場は違うものの販促活動の参考になった。
- ・ 素晴らしい団体ですが、知名度が低い。会員数が全国組織にしては少なすぎる
- ・ 国の動き、トレンド、これまで弊社が取り組んでこなかった事の重要性を知る事が出来た。

<近畿支部>

- ・ 過去に賞をよくもらった事
- ・ 自分の課題を否応なく意識づけできる。生来無口であったが多少話せるようになった。
- ・ 行政の動きなどいち早く知る事ができる。全国に同業社の仲間ができた！
- ・ 大阪府マイスター制度に登録することが出来ている
- ・ ジェルコ会員社を通じて大切な人間関係が出来る事や確かな情報交換が出来る事。事業承継問題でも参考になる。
- ・ 同業他社との意見交換が出来、大変参考になる。

<九州支部>

- ・ 情報が入る
- ・ まだ参加していないので、これからです。
- ・ 多くの情報交換が出来た
- ・ 他にも色々な団体に加盟していますが、一番活発だと思います。
- ・ 保険
- ・ 同業他社と話が出来る、大変プラスになる
- ・ リフォームの仲間ができる
- ・ デザインに力を入れるようになった。他、色々。

<沖縄支部>

- ・ 民間リフォームの勉強、県外企業との交流、弊社のリフォーム事業の信用が出来た事。

図 56 III-4. ジェルコを活用しきれない理由はありませんか。

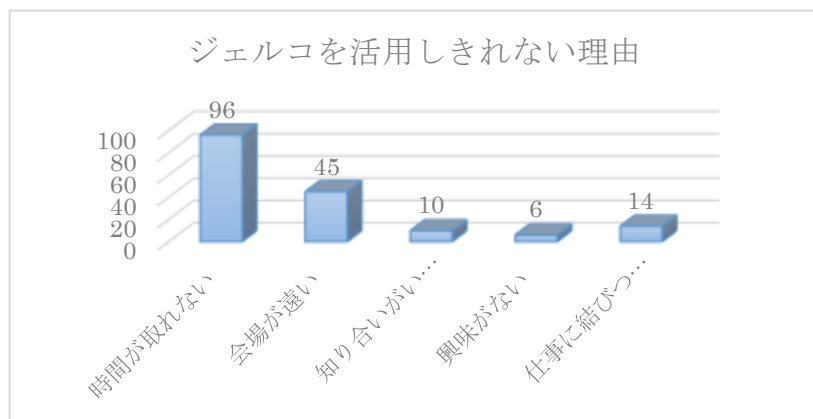


図 57 **Ⅲ-4. 有効回答に対しての割合**

時間が取れない	75.0%
会場が遠い	35.2%
知り合いがいない	7.8%
興味がない	4.7%
仕事に結びつかない	10.9%

Ⅲ. 4－2. 自由記載欄

＜東北支部＞

- ・ リフォームをやっていないので。（社員がいないため）
- ・ リフォーム事業がまだまだから
- ・ あくまで個人的なお話ですが、住宅とゼネコンより請ける内装工事（計量下地・ボード）を担当しております。積算～見積もりと各種対応しており、住宅に力を注げておりません。今後は時間を有効に調整しており、少しずつですが力を注げる様にして行く方向です。
- ・ 本部、支部における研修会の開催に上手に参加できない（業務都合上）
- ・ マンツーマンで活用方法を教えて欲しい

＜関東甲信越支部＞

- ・ まだ時間のコントロールができない業務内容で徐々に参加の時間がとれるように後任を育てているところです。まずは参加できるようにします。
- ・ 時間はこれから取るようにします。
- ・ Contact 不足
- ・ 営業活動が優先となり時間が取れないです。本部と支部の違いがようわかりません。
- ・ 自身の積極性の問題だと思います。
- ・ 写真付きの会員名簿のようなものがあれば交流しやすい。

＜中部北陸支部＞

- ・ ◆セミナー関係開催場所が東京主体なので、名古屋（中部地区）での開催を希望
- ・ 積極的に参加する姿勢がないから！

＜近畿支部＞

- ・ 活用することは真剣に考えます。
- ・ 仕事は楽しいが、チャレンジすることが多すぎて、睡眠が少なくなる。
- ・ 参加するタイミングがない

＜中国四国支部＞

- ・ 年間スケジュールが事前にわからない、関わり方がわからない

＜九州支部＞

- ・ いい研修は都会が多い
- ・ 業務の関係でまだ十分な時間が割けない。他のつきあいも多いので。
- ・ 時間が取れないにつきる
- ・ 全員出席（社員８名）は費用面で無理。
- ・ 社員が時間に追われている

＜沖縄支部＞

- ・ 現在、公共工事等別件の設計等に追われ、JERCO をうまく活用できてません。
- ・ 人材不足

図 58 Ⅲ-5. ジェルコを活用できていないけれど入会されている目的はなんですか。

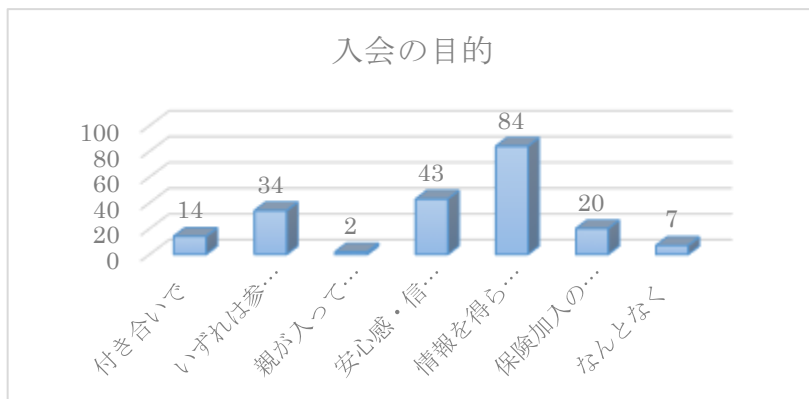


図 59 Ⅲ-5. 有効回答に対する割合

付き合いで	11.7%
いずれは参加したい	28.3%
親が入っていたから	1.7%
安心感・信頼感	35.8%
情報を得られるから	70.0%
保険加入のため	16.7%
なんとなく	5.8%

Ⅲ. 5－2. 自由記載欄

< 関東甲信越支部 >

- ・ これから積極的に参加するつもりでおります。
- ・ 入会当初、いろんな企業さんに教えていただいたので、いつか私もいろいろな施策を実施し、それを会員の皆さんにいつかお伝えしたいと思っている。まだ、その段階にあらず。
- ・ 国交省の団体登録
- ・ 今後は必要と感じている
- ・ 営業マンの育成や現場監理、営業ツールなど IT システムを導入し時間を作り参加しようと考えています。
- ・ ネットワーク

< 中部北陸支部 >

- ・ 以前は参加していたが、現在は魅力が無くなった（変な会社が入会してきてやる気が失せた）

< 近畿支部 >

- ・ 今後の期待感や同業者の情報が得られるから
- ・ 分からないことや迷いの部分を明確にできる。ブレない経営を目指していける。

< 中国四国支部 >

- ・ 今後は参加したい
- ・ なんとなく
- ・ 住宅リフォーム事業者団体登録

< 九州支部 >

- ・ 信頼できそうな方が複数加入されているので。

< 沖縄支部 >

- ・ リフォーム事業の受注拡大のため、知人の紹介で、入会いたしました。

Ⅲ-6. 活用しやすくなる方法はありますか？ご自由にご記入ください。（活用できているとお考えの企業様はご回答いただかなくて結構です） 【自由記載】

<北海道支部>

- ・ 地方での会員増強に力を入れてほしい。

<東北支部>

- ・ 売上直結の商談会開催等

<関東甲信越支部>

- ・ 時間のコントロールが必須だと思っています。
- ・ 十分に情報提供、お誘いはいただいているので、参加させてください。
- ・ 小グループでの勉強会等があれば参加しやすくなるのかも・・・。
- ・ オンデマンドなどで社員も受講しやすく、営業など取り入れやすい
- ・ 一部の役員がジェルコを利用しているとしか見えない。
- ・ HP 上で会員企業が利用できるコンテンツを充実させてほしい。
- ・ ジェルコの内容自体をまだよく理解していない
- ・ 講習等の開催場所を増やしていただければありがたいです。
- ・ 皆さんがどのくらい参加されているのか？どんな利用が出来るのか？いい活用方法はあるのか？お話を聞きたいです
- ・ もう少し研修やセミナーが開催されるとタイミング合う時があると思います。（内容、量ともに）
- ・ 近隣会場での開催、魅力ある講義内容
- ・ 集客をしたらどうだろうか？
- ・ ブロック会の活性化
- ・ リフォーム事業に関する勉強会も興味がありますが、ジェルコの活用方法をもっと知りたいです。

<中部北陸支部>

- ・ 関東と関西に分けて、価値観別に分ける
- ・ 会員拡大、都道府県とのパイプ、市町村とのパイプ作り、知名度を上げ会員拡大

<近畿支部>

- ・ “入会時は期待して入会したが、情報や勉強ネットワークは幾分役立つケースもあるが、期待しているほどではない。
- ・ 今は付き合いもあり、何か今後有益な事があるのではという期待感のみなので、毎回参加できていない。
- ・ 社員用の勉強会を増やしてほしい
- ・ ビジネスに直結する内容の会にできないのか。Ex 共同仕入れ、ジェルコオリジナル価格、商品、統一チラシ、差別化研究会など。
- ・ 活用できないのは弊社側に問題があります。
- ・ こちら側の問題でそちらに問題はございません。
- ・ “たとえ地味で小さくても、先進的な活動を生み出し続けること。

（リフォーム分野で新しいサービスを提供する。例えば、自社 HP のお問い合わせボタンで、従来のメールだけでなく、チャットやウェブカメラ連動での対面対応を選択できるようなシステムを考えている。言わば顔の見える安心感です。ペルフェイスやスカイプやラインなど。うまくいった場合には、環境づくりや対応にあたっての工夫点などを支部活動で報告し、さらにブラッシュアップしていきたいと考えている。これは従来のお客様宅への初回訪問にあたる部分を省力化できると考えており、簡単な説明を含めた営業効率を上げることができないのではないかと考えている。あるいは、金融機関が取り組み始めたフィンテックの技術を活用し、小工事やアフターサービスのパッケージプランを Web 上で申込み・決済を完了できるようにしていきたいと考えています。できるかどうかを含めて、支部内で同業他社と考えていくのも、活用を促進していく動機づけにはなると思う。）”

- ・ まず参加することだと思う
- ・ ジェルコを活用しきれていない方に： 積極的に支部活動に参加することで必ず新しい情報、ヒントがもらえますよ！
- ・ アカデミーなど、開催して欲しい催しを会員より聞き取ってほしい。

<中国四国支部>

- ・ 詳しく教えて欲しい
- ・ いろいろな情報が錯綜する中で、日々のリフォーム通常業務をこなしながら、必要とすべき情報を冷静に判断、選択することが難しく、入会はしているが活用できていない
- ・ メリットがある支部にしないといけない
- ・ 一般的には会に対して役割を持つと会場への出席率は上がると思う。

<九州支部>

- ・ ジェルコを活用できる人材の確保
- ・ 会には行きたいので自分で時間を作るしかない。
- ・ 受注件数増加、人材確保、提案力向上
- ・ もう少し余裕が自分にほしい それだけです。

<沖縄支部>

- ・ まずは支部単位で、会員同士が共存共栄できる情報交換・実践報告・親睦交流会等の組織づくりを望みます。

図 60 III-7. 現在、会社としての悩みはどんなことでしょうか？

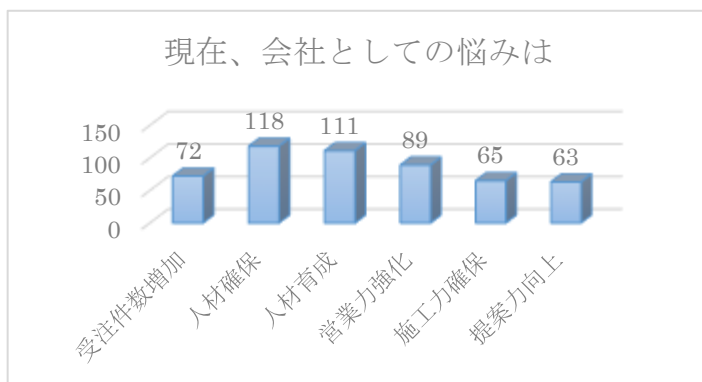


図 61 III-7. 有効回答に対しての割合

受注件数増加	38.9%
人材確保	63.8%
人材育成	60.0%
営業力強化	48.1%
施工力確保	35.1%
提案力向上	34.1%

7-2. 自由記載欄

<北海道支部>

- ・ 全て

<東北支部>

- ・ 軽量下地（内装工事）と住宅の部門化
- ・ 社員の若返り、及び営業力強化対策
- ・ 職人さんの高齢化・廃業

<関東甲信越支部>

- ・ 全ては人の問題に当たります。業界のフォローを受けるも、早急な人材確保と継続的な人材育成が何よりも重要。
- ・ 若い見込みのある人材がいないこと
- ・ 経営のすべてが悩みです。安定した受注の仕組みをどのように作るか。試行錯誤中です。
- ・ 受注の増加には設問の全てが関係してくるが、特に営業力強化・人材育成などが重要
- ・ この質問は経営者、または経営陣の人達にとって永遠のテーマになるので、「主に～3 つ答えてとか、、、」、「順番をつけてください」

のほうがよかったですね。

- ・ 求人情報などやってほしい
- ・ 施工管理職の人材確保が困難です。
- ・ 施工監理と利益追求です。
- ・ とりわけ人材です。
- ・ 代表、自分の成長がまだまだ
- ・ 仕組み化の構築

<中部北陸支部>

- ・ 品質向上、オペレーション
- ・ 経験者、未経験者を全体的に一定レベル以上に育成するしくみ作り
- ・ 未熟な会社ですので、どんなことも不足しています。強いて言うなら経営感覚をもった幹部育成。

<近畿支部>

・ すべてに問題がありますが、改善したいが日比野仕事に追われて現状維持が継続している状態です。ほかに会社の存続や後継者問題がある。

- ・ リノベーション及びワンストップ経営への参入
- ・ 死ぬまで悩み続けることだと割り切ってます。
- ・ 人員の高齢化を向かえつつある
- ・ 提案力、営業力の個人によるバラツキ

- ・ 焦らずじっくりと事業の拡大を図っている事と事業承継の取り組みをそろそろ始めなくては、と思っています。

<中国四国支部>

- ・ ブランディング、資金の回収フロー
- ・ コスト

<九州支部>

- ・ 次世代に引き継ぐタイミング。会社をいかに存続させていくか。(財務、人材、理念)
- ・ 情報発信
- ・ 求人に応募が来ない
- ・ 熊本地震復旧対応
- ・ 熊本地震で職人さん不足、大型物件は耐震を足して提案。時間がかかる。
- ・ とにかく採用できない

<沖縄支部>

- ・ 訪問営業に対しての受注件数率について

図 62 III-8. 具体的な研修テーマでどのようなものがあったらよいですか？

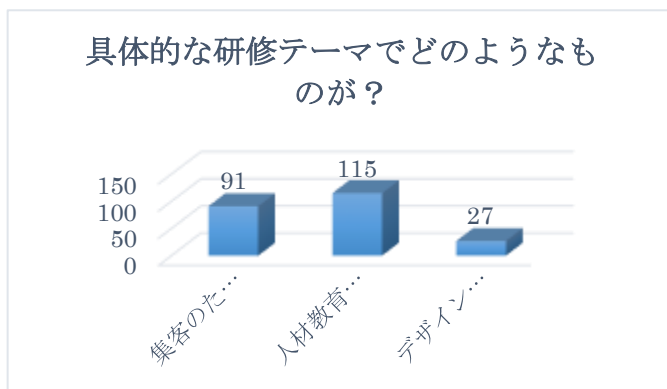


図 63 III-8. 有効回答に対する割合

集客のための研修	56.9%
人材教育のための研修	71.9%
デザインコンテストに参加する準備の研修	16.9%

III. 8-2. 自由記載欄

<北海道支部>

- ・ 各会社のレベルアップ、専門職の会社

<東北支部>

- ・ 小規模リフォームでもコンテストに参加できる仕組みがあれば良いと思う。

<関東甲信越支部>

- ・ 社内教育には現存社員の人的負担コストは大きい。社外に教育の場を設けられれば良い。社内に必要な教育は当然あるが・・・。
- ・ 新入社員研修として利用できる講習があるとありがたいと思います。※社会人としての常識・マナー、リフォーム業界の今・今後、など
- ・ リ・フォレ（佐藤様）の営業向け研修など有償でもよいので実施してほしい
- ・ インспекション研修（実地研修を主体としたもの）
- ・ プレゼンの勉強会や DIY 等
- ・ アカデミーによって満遍なく網羅しましょう。
- ・ 支店長（幹部）育成
- ・ 在宅介護向けリフォーム
- ・ 最新施工技術・リフォーム業界の地位向上（10 年ビジョン）など

<中部北陸支部>

- ・ 新人教育など

<近畿支部>

- ・ ジェルコアカデミーの充実が必要とされていると思います。
- ・ 管理者育成の研修会
- ・ お客様や協力業者様との関わりについて、毎日がO J Tの繰り返しです。元請や下請けの形態の打破から共存出来る環境造りを心がけています。

<中国四国支部>

- ・ 経営学、マーケティング

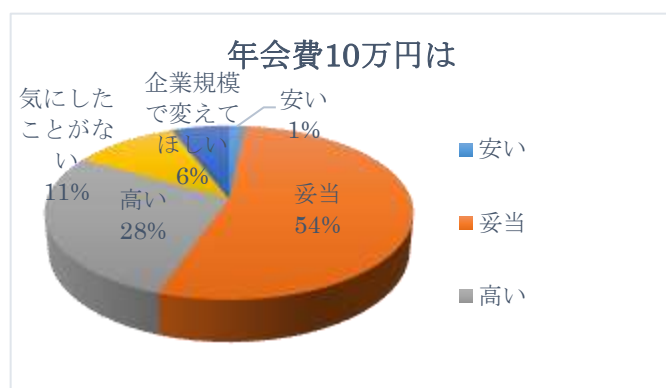
<九州支部>

- ・ 任期のある会社では、多くの会員、非会員さんを集められます。
- ・ 求人の仕方がわかりません。弊社の人間は雇ってくださいと言ってきた人しかいないので…
- ・ 今までどおりでよいと思う。
- ・ 各委員会の参考になるためのそれぞれのセミナーを全体に伝えてゆくとうどうですか？

<沖縄支部>

- ・ 地方都市部と地方都市部以外の訪問営業と SNS 利用の集客率、現在と今後の予想について
- ・ 資格取得

図 64 Ⅲ-9. 年会費 10 万円は



Ⅲ-10. 会の活動でこれからのジェルコに期待することはありますか？

図 64 <本部へのご意見>

1. 会の活動への希望、充実を望む意見	34.2%
2. 組織強化、ブランディングの強化を望む意見	41.1%
3. 会員各社のことについて	9.6%
4. 会への要望、提言	11.0%
5. その他、励ましのご意見など	4.1%

(注・ご意見をおもな内容で分類)

<1. 会の活動への希望、充実を望む意見>

- ・ 近場での研修、補助金関係の研修
- ・ 業界の新しい情報
- ・ 国の方針などいち早く情報提供をお願いします。
- ・ 本部の情報と支部の情報に格差があるので、方針をまとめて欲しい
- ・ 求人の仕方とか社員教育の仕方等を教えて欲しい。
- ・ 補助金申請のサポートをしているのは知っているが、何をどこまでどのように、また、いくらでやってもらえるのかわからないので使えずにいる。その情報も得にくく、何をどうやったら良いのか初動すらよくわからない。→結局、近くの人に聞くことになるので、地元の間屋の力を借りて申請している。(ジャパン建材等)
- ・ 情報共有
- ・ “定時総会でいつも思うことですが、功労賞として理事や支部長などの表彰式が行われますが、支部長を支えた副支部長や支部事務局等の表彰も大切だと思います。実際に支部長よりも副支部長の働き如何でその支部の活動の明暗は明白です。紙切れ一枚の表彰状がなんで出せないのでしょうか。頂いた方々は、その表彰状を大切にされますし、ジェルコ帰属意識がそれまで以上に強くなると思います。せめてジェルコレポートへの記載ぐらいしてあげたらいいかなものではないでしょうか。

- ・ 「本部の事」段々本部中央集権組織になりつつありますが、ジェルコは全国組織の集合体です。全国各支部の特色を出せる会にしなければいけないと思います。又、沢山の委員会が出来ましたが、本部事務局の機能オーバーとなりつつあります。本部集中型にするのなら、予算・予算と言う前に事務局のスタッフの補充が急務だと思います。本部機能がマヒしない様な人員増強と思います。”
- ・ “ジェルコとの距離が遠いので 常に会員様どうしの交流の場を作り共に成長、助言をいただきたく思います。”
- ・ 勉強会などの会場を東京では東京東、西、中央など3か所ほどに分けて開催して頂けると近い会場に行けるので参加しやすい。
- ・ 業界全体としての人材育成に寄与するような活動があればよいと思います。
- ・ フリー客獲得のためのイベント開催
- ・ 社員教育、営業ツール
- ・ 全国ベンチマーク
- ・ 今まで以上にメール配信にて情報があるとうれしいです。
- ・ 国策に対するいち早い情報
- ・ 人材育成
- ・ リフォームを超えた幅広い情報提供
- ・ 各セミナーに各社できるだけ参加された方が良いが、各支部で行われているセミナーをレポート等で案内・紹介してもらったらどうですか？（本部レポートにて）
- ・ ジェルコデーの告知
- ・ 伸びている会社（規模不問）の実践報告と見学
- ・ 補助金活用セミナー及びサポート体制の充実を期待しています。
- ・ リフォーム全般の今後の方向性、どんなリフォームがこれから増える等の分析
- ・ 住宅ローン減税・リフォーム減税等の営業での活用法、成功事例発表
- ・ もっと地方に出向いてのセミナーや情報交換会の開催をお願いしたい！

＜2・組織強化、ブランディングの強化を望む意見＞

- ・ 国へ圧力をかけられる程の組織になってほしい。
- ・ 国、行政機関との係わりの強化
- ・ 会員増強主体でなく、少数精鋭のほうがよいのではないかと考えています。会員のレベルアップにつなげ、あるいは会員基準を厳しくして、お客様にとって安心できる会員作りがよいのではないかと？
- ・ 幅人い人脈、見識で、魅力ある組織にしていく必要があります。
- ・ 本部はより一層、国の行政とのタイアップならびに働きかけを行って頂き、業界への補助金政策のお願いと他とジェルコの差別化を推進して欲しい。さらには、中央から地方行政への働きかけをお願いしたい。
- ・ ジェルコの知名度や活動が一般の人に浸透していないので方策を考えてほしい
- ・ 行政との連携強化と反映
- ・ 「業界最大」としての魅力を構築できるよう、改革の手を止めないこと。
- ・ 国交省と業者のかけはしをして、上手くすり合わせをしてほしい。
- ・ 細かく支部を分けない
- ・ 会員を増強して国に意見を言える団体になってほしい
- ・ イメージアップ
- ・ ジェルコの認知度が上がるような活動を行ってほしい。
- ・ ブランド化
- ・ 性能向上委員会でもっと勉強してリフォーム業界のモラルを上げたい
- ・ リフォーム業界活性化のため、ジェルコの認知度アップ それに伴い会員のお客様への信頼度アップ
- ・ 会員拡大、知名度 UP
- ・ 地域会員の声の吸い上げ、本部支部の一体化
- ・ 会員増強に使用するツールの整備
- ・ 一般ユーザーにジェルコの知名度があがればより良い
- ・ どのような団体にも所属していない会社が多いので今後会員が増えれば良いと思う。
- ・ 業界団体として、一般ユーザーへの認知度向上
- ・ ①JERCO のステイタスを国及び業界内で更に UP させる事。 ②一部の役員・人間のみに限られている全国的交流が盛んにおこなわれること
- ・ ジェルコ＝優良店という位置づけを強化し、それを一般のお客様に認知させて欲しい。
- ・ 大手企業と対等なブランド化 ユーザーへの積極的 PR
- ・ 国交省とのパイプとなること
- ・ 知名度の大幅 UP
- ・ 国交省の登録団体であることのメリット、ジェルコ登録団体であることのメリットを増やしていきたいです。
- ・ 地方自治体との連携強化（自治体から期待される）
- ・ 特にありませんが、たくさんの人（若い人や出てこない人）に役をつける等、出席者と増やす様にして行ったらよいのでは？

＜3. 会員各社のことについて＞

- ・ 先ずは活動に参加してから回答しなければいけません
- ・ 弊社自体が、JERCO 活動に、あまり参加していないため、今のところ期待は有りません。
- ・ 現在リフォーム部門設立中のため今後は意見が出るとはありますが、今は何とも言えませんのでよろしくお願いします。
- ・ 阪神淡路大震災、東北大地震、中越地震の際のジェルコ会員の動き、どのような対応をし、その後どうなったかを知りたい。
- ・ 参加してないので言えません
- ・ 実際に会の活動の参加にあたり時間的制約があります。
- ・ 本部支部との交流に参加して、勉強させて頂きたいと思います。

< 4. 会への要望、提言 >

- ・ リフォーム業界の本来のあり方を理解していない
- ・ 年会費高すぎ
- ・ ジェルコに入会する（している）意味が欲しい。
- ・ デザインコンテスト表彰式に旅費助成を頂ければありがたい。
- ・ 年会費を安くしてほしい 3万円くらいに
- ・ リフォーム用の積算ソフト（地域性を考慮したもの）があれば！ジェルコ会員用として。
- ・ 本当に必要な物の展開。
- ・ 参加意欲と活動領域の温度差をどうやって少なくしていくか。

< 5. その他、励ましのご意見など >

- ・ 本部での会員社のアンケートを取ることはいいですね。
- ・ 充分です。感謝申し上げます。
- ・ いつも情報提供ありがとうございます。

< 支部へのご意見 >

< 北海道支部 >

- ・ セミナー、勉強会等回数の増加、タイミングが合えばもっと参加したい
- ・ ネットワークの拡大を図るため、支部会員を増やしてほしい。
- ・ 支部にお金が無い。

< 東北支部 >

- ・ 業務に直結する施策等の強化
- ・ エンドユーザーとの接点を増やしたい
- ・ リフォームフェアのイベントを年 2〜3 回やってほしいです。
- ・ ジェルコアカデミーの開催数増加

< 関東甲信越支部 >

- ・ 横のつながり、リレーション強化 → 会員満足の醸成
- ・ 社員が参加して勉強できるセミナーや研修を増やしてほしい
- ・ 活動を見えるようにする事と、もっと本部と連携することです。
- ・ すごいスピード感でいろいろ情報を出してくれるので、これからもよろしくお願いします。
- ・ ①会員に入会することで得られるメリットを顕在化させてほしい。②行政との更なる結びつきの深化。
- ・ 支店のエリアでの参加はできますか（千葉・神奈川・八王子・つくば）
- ・ 自治体リフォーム窓口との連携がとれるくらいの立場
- ・ 申請書類サポート
- ・ 人材育成
- ・ 同じ県内の会員が増えていけば、ネットワークがもっと広がるかと思います。
- ・ 主に東京で開催されているセミナーやサロンを年に 1 回は地方開催してほしい（会員増強につながる）（切れてる）
- ・ たくさんの人（若い人や出てこない人）に役をつける等、出席者と増やす様にして行ったらよいのでは？
- ・ 会員の参加（出席）率の向上
- ・ 勉強会などの会場を東京では東京東、西、中央などに分けて開催して頂けると近い会場に行けるので参加しやすい。

< 中部北陸支部 >

- ・ 市町村に支部を作る
- ・ 会員と非会員との差別化など
- ・ 横のつながりをもっともてる

< 近畿支部 >

- ・ 「支部の事」支部の事務局は腰掛事務局ではダメです。本部と支部の確実な業務遂行の為には、支部事務局は公認会計事務所等に業務委託する必要があると思います。
- ・ 支部は、メーカーによる説明会ではなく、リフォーム業者として経営に役立つ勉強会を積極的に開催してもらいたい。
- ・ 重要な勉強会、イベント等は FAX でも案内がほしい。
- ・ 研修内容の充実
- ・ ジェルコの認知度が上がるような活動を行ってほしい。

< 中国四国支部 >

- ・ 更なる情報交換。
- ・ 会員交流会
- ・ 伸びている会社（規模不問）の実践報告と見学

< 九州支部 >

- ・ 性能向上委員会を年 6 回計画している 現在 2 回済
- ・ 参加少なく、言えません
- ・ とても楽しい支部です。これからもよろしく。
- ・ フリー客獲得のためのイベント開催

- ・ 全ての支部 定例会を毎月開催して欲しい

<沖縄支部>

- ・ 弊社自体が、JERCO 活動に、あまり参加していないため、今のところ期待は有りません。
- ・ 情報共有

Ⅲ-11. 貴社のニーズとして、これからのジェルコに望むことはありますか？

図 65 <本部へのご意見>

1. 組織強化について	29.5%
2. 営業支援について	9.1%
3. 勉強会について	27.3%
4. 経営支援について	9.1%
5. その他	25.0%

(注・ご意見をおもな内容で分類)

<1. 組織強化について>

- ・ メーカーに対してジェルコ参加企業にメリットがあるような働きかけをして欲しい。
- ・ 入会時よりいろいろな研修制度が充実してよいと思います。ブランドの強化に努めていただければよいと思います。
- ・ 業界で、一番多いところにスポットをあて、そこから企画、実行していくと会員増強になっていくと思います。
- ・ 住宅リフォーム団体としての知名度アップ
- ・ 「本部の事」ジェルコの創設時の本部役員の方々には30代の経営者でした。現在の本部役員の年齢は皆様高齢化となっております。人生の経験豊かな事は大切ですが、これから益々激動する時代の中で、リフォーム業界の先駆者としては、若返りが急務と思います。
- ・ 性能向上のチームとそれ以外と分けてはどうですか。
- ・ 支部の意見をくみ上げた活動をお願いしたい。
- ・ 知名度の拡大、会員拡大（少なくとも5000名規模の会）
- ・ 一言で言うと、メジャーになってほしい。（一般ユーザーにもわかるような）
- ・ ジェルコという団体の告知を更に進めていただきたいと思います。（認知度のアップをお願いしたいです）
- ・ 全国的な人口減は世帯減、戸数減につながり、工事量減となる。ましてや小規模事業者の我々が生き残るための仕事を研究する委員会を！
- ・ 本部・支部ともに専任常駐スタッフの増員が必要と考えており、財源確保・会員増強が課題です。
- ・ 一般ユーザーへの告知活動の強化

<2. 営業支援について>

- ・ 販促支援全般
- ・ 他社、他県の営業力
- ・ 会社名を入れるだけのPR資料をつくること
- ・ リフォームイベントを割安で出展できるとか、集客サイトを立ち上げるとかしてほしい。

<3. 勉強会について>

- ・ 耐震・ZEHの勉強会を
- ・ いろんな補助金・助成金等の勉強会をしてほしい。具体的な書類の作り方等。
- ・ 早急に群馬県で増改築相談員研修を実施してほしい
- ・ 出張できる講師（会員社）のリストが欲しい
- ・ 会場の勉強会のほかに、他社のリフォーム現場見学会をしてほしい
- ・ クレーマー的お客様への対応の勉強会もあれば助かります。
- ・ 勉強会の参加
- ・ 研修制度
- ・ 新しくできた補助制度などの判り易い（具体例）案内
- ・ ジェルコリフォームアカデミー、これから、ジェルコデーを進化させて頂きたい。
- ・ 本部・支部間での交流・リフォーム業における各業務のマニュアル作成（施工作業単価含む）
- ・ 上記問7の問題に関わる内容の情報交換会など

<4. 経営支援について>

- ・ 社団法人として運営しなければならない分には、各会員企業が分担・負担しなければならないと認識していますが、企業経営の為の一助となる情報の発信と交換の場をもっとお願いしたい。
- ・ 経営環境に関わる情報提供
- ・ リフォーム業界にかかわる様々な情報の開示と、質の高いリフォーム業者の育成と地位向上。
- ・ 国に対してリフォーム補助金の更なる働きかけ

<5. その他>

- ・ まだ入って活動するところまではおいついてないので、これからよく見ていきたい。

- ・ 役員の皆様には色々とお世話になっております。これからも宜しくお願いします。
- ・ 役員の入れ替え
- ・ ジェルコのメールお知らせですが、少しふざけすぎかと思います。
- ・ 望む事はありません。もっと力になれば良いのですが・・・。
- ・ コンクールのランク向上
- ・ ますますの繁栄と知名度のさらなる向上を期待します。
- ・ 特にない
- ・ 組織活動のためだけの活動にならないよう期待しています。
- ・ なかなか本部の活動に参加できないので、今後は参加できるようにしていきたいです。
- ・ 内容が良く理解しきれていないので、ご指導宜しくお願いします。

<支部へのご意見>

<北海道支部>

- ・ 大会場を設け、一般ユーザー向けのイベント等の開催
- ・ 末端の会員にも十分な配慮が欲しい。

<関東甲信越支部>

- ・ 同業者の中での活発な意見交換や情報共有の場が欲しい。
- ・ 早急に群馬県で増改築相談員研修を実施してほしい
- ・ まだ入って活動するところまではおいてないので、これからよく見ていきたい。
- ・ 新入社員研修として利用できる講習があるとありがたいと思います。※社会人としての常識・マナー、リフォーム業界の今・今後、など
- ・ ①公的資格（社員レベル）取得の研修会に取り組む。②工場見学などを契機に他支部、他ブロックとの交流拡大。
- ・ 情報交換
- ・ 国策のわかり易い情報・解説”
- ・ 研修制度
- ・ 会員の増強とネットワークの構築をしていきたいです。
- ・ 上記問7の問題に関わる内容の情報交歓会など
- ・ 会場の勉強会のほかに、他社のリフォーム現場見学会をしてほしい

<中部北陸支部>

- ・ 販促支援全般
- ・ 知名度の拡大、会員拡大
- ・ 入会基準の厳格化など

<近畿支部>

- ・ 時間をかけて連続性の有る勉強会の開催
- ・ 会員増強とジェルコの一般消費者への告知強化
- ・ 本部・支部ともに専任常駐スタッフの増員が必要と考えており、財源確保・会員増強が課題です。
- ・ 支部 経営者より管理職が参加できる会を希望する。
- ・ 「支部の事」近畿支部の役員構成は、60代、50代、40代、30代ととても良いバランスとなっています。一つの議案でも各年代の忌憚のない意見交換が非情に有意義な会議となっています。若い経営者の方々も気さくに参加できる様な環境になっています。”
- ・ 月例会など参加しやすい様に、誘い合わせて参加出来る雰囲気をつくってほしい。”

<中国四国支部>

- ・ 新しくできた補助制度などの判り易い（具体例）案内、実践セミナー 耐震・ZEHの勉強会を。

<九州支部>

- ・ 会員が楽しくなるジェルコとなること

<沖縄支部>

- ・ 活動の活性化（事務局の強化）

IV. アンケート内容

ジェルコ 2016年度 会員企業様意識調査

アンケートについては、敬愛会、またはそれに準ずる方にご回答をお願いいたします。
 それらの方のご回答が、調査結果として活用されることとなります。ご回答をお願いいたします。
 下記の質問から、該当する項目の左側に「○」をマークし、その項目の右側に記入してください。
 なお、スペースの都合で書ききれない場合は、質問番号がわかる枠で別紙にご記載の上、合わせてご返信ください。

会社名 _____ 支店 _____ 氏名 _____

1. 貴社の状況を教えてください。

回答	1	2	3	4	5	6	7
1. ジェルコに入会してから何年ですか。	回答	回答	回答	回答	回答	回答	回答
2. ご回答者の年代をお答えください。	回答	回答	回答	回答	回答	回答	回答
3. あなたの役割をお答えください。	回答	回答	回答	回答	回答	回答	回答
4. 従業員は何名ですか。	回答	回答	回答	回答	回答	回答	回答
5. 貴社が得意先をお答えください。	回答	回答	回答	回答	回答	回答	回答
6. 貴社の売り上げをお答えください。	回答	回答	回答	回答	回答	回答	回答
7. リフォーム部門の売り上げをお答えください。	回答	回答	回答	回答	回答	回答	回答

II. ジェルコに対しての考え方、活動状況についてお聞かせください。

1. ジェルコに入会した目的と動機をお聞かせください。(複数回答可)

2. 貴社が得意先をお答えください。

3. 貴社が得意先をお答えください。

4. 貴社が得意先をお答えください。

5. 貴社が得意先をお答えください。

6. 貴社が得意先をお答えください。

7. 貴社が得意先をお答えください。

8. 貴社が得意先をお答えください。

9. 貴社が得意先をお答えください。

10. 貴社が得意先をお答えください。

11. 貴社が得意先をお答えください。

12. 貴社が得意先をお答えください。

13. 貴社が得意先をお答えください。

14. 貴社が得意先をお答えください。

15. 貴社が得意先をお答えください。

16. 貴社が得意先をお答えください。

17. 貴社が得意先をお答えください。

18. 貴社が得意先をお答えください。

19. 貴社が得意先をお答えください。

20. 貴社が得意先をお答えください。

V. おわりに

日頃はジェルコの活動に多大なご協力を賜りましてありがとうございます。

体制整備委員会では平成 28 年度の事業の一つとして、「会員企業様意識調査」のアンケートを実施いたしました。お陰様をもちまして、提出率 51.8 パーセントという過去最高の回答率をいただきました。

会員の皆様がジェルコの活動を具体的にどのくらいご存じで、どのような活動に参加され、ジェルコにどのようなことを期待してくださっているのか、様々な角度から質問させていただきました。フリー回答欄では忌憚ないご意見を頂戴し、普段なかなか知ることのできない会員の皆様の本音のお考えの一端を知ることができ、あらためて身の引き締まる思いも致しました。

頂きました貴重なご意見を本部各委員会・各支部で情報共有し、今後のジェルコ活動の参考にさせていただき、より充実した会員活動の実現を目指してまいりたいと思います。

大変お忙しい中アンケートにご協力くださいました会員の皆様には心より御礼申し上げます。誠にありがとうございました。

また、今回のアンケート調査におきまして、大変ご尽力くださいました住まいのお仕事ナビの三島学氏、体制整備委員会の各メンバー、事務局の皆様に心より御礼申し上げます。

最後になりますが、会員の皆様の益々のご発展を心よりお祈りいたします。

平成 28 年 9 月 19 日

体制整備委員長

リフォームビジネス研究所 時田 裕子

一般社団法人日本住宅リフォーム産業協会

体制整備委員会

委員長	時田裕子	リフォームビジネス研究所
副委員長	塚口邦比古	大建工業株式会社
委員	山口弘人	株式会社ドクターリフォーム・サンセイ
委員	伊豆冬樹	株式会社鶴見装備
委員	福澤雄一	ナイス株式会社
委員	風見直行	株式会社ウィズPT
委員	秋山信介	株式会社 Mr ルーフマン
委員	熊谷一	真栄工芸株式会社
委員	森山秀夫	株式会社ライズホーム
委員	井上賢一郎	株式会社リビング春日井
委員	奥滝徹	株式会社奥滝工務店
委員	川上洋介	株式会社大和ホーム
委員	佐熊智明	株式会社アート建築工房
委員	福原一	有限会社サニマイト

副会長	山崎晶弘	山商リフォームサービス株式会社
事務局	相馬靖男	事務局長
事務局	山田一義	事業部長
協力	三島学	株式会社すまいのお仕事ナビ

平成 28 年度 ジェルコ会員企業様意識調査

平成 28 年 9 月 23 日

発行：一般社団法人日本住宅リフォーム産業協会

〒 104-0032 東京都中央区八丁堀 1-3-2 佐藤ビル 3F

TEL 03-5541-6050 FAX 03-5541-0127

<http://www.jerco.or.jp>

無断転載禁止

この調査結果を転載する場合には、上記の一般社団法人日本住宅リフォーム産業協会にご連絡ください。

裏表紙