

「国の省エネ基準をクリアするための建築方法大公開セミナー」

オンライン
開催

4/14^[金]・20^[木]・26^[水]

【お申込期限:4月10日(月)】

【お申込期限:4月16日(日)】

【お申込期限:4月22日(土)】

※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

参加料金

一般価格 税抜 10,000円 (税込 11,000円) / 1名様 会員価格 税抜 8,000円 (税込 8,800円) / 1名様

開催時間
13:00~16:00
ログイン開始 12:30~

PC・スマホでセミナー参加! 全日程オンライン開催

※オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索

第1講座

省エネ住宅が必須になる時代背景と時代適応方法提言

2025年4月から「省エネ基準適合義務化」と「4号特列縮小」の同時にスタート、「断熱等級に5/6/7新設」、「こどもエコすまい支援事業」スタートなど、住宅業界全体に省エネ住宅が求められるようになってきました。省エネ住宅が当たり前になってきた時代背景の中で、どのようにして時代適応していくべきかを提言します。

株式会社船井総合研究所 住宅支援部 リーダー 前田 和治



第2講座

売れる省エネ住宅の成功事例大公開

原価高騰時代に、価格を抑えて省エネブランドを開発する、誰でもできる超具体的な戦術をお伝えします。省エネ住宅に必要な性能や仕様、価格設定、粗利設定まで成功事例を元にご紹介します。

ヤマト住建株式会社 代表取締役会長 西津 昌廣氏



第3講座

明日から実践すべき省エネ住宅の立ち上げステップとは

省エネ住宅を活用して業績を上げていくポイント解説、明日から実践すべきステップを解説します。いままでローコスト住宅やデザイン住宅を展開してきた経営者でも、明日から始められる情報をお伝えします。

株式会社船井総合研究所 住宅支援部 一丸 幹太



さらに詳しい情報・セミナー申込みはこちら



Webのお申込みはQRコード読み込みが簡単です!!

スマホ・タブレットの方は左記のQRコードを読み込んでいただくとお申込みフォームに直接アクセスでき便利です。

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。



■お申込みホームページのURL

【TEL】0120-964-000(平日9:30~17:30)

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/097680>

「そろそろウチの性能仕様大丈夫？」
「性能で競合負けしてない？」と危機感を感じる工務店向け

補助金・減税・優遇が
受けられる省エネ住宅の作り方

2023年の受注を守るキーワードと対策を一挙公開

国が定める性能基準を今すぐクリアしないと
他社にお客様が流れていきます。

詳しくはこちら

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

国の省エネ基準をクリアするための建築方法大公開セミナー

お問い合わせNo.S097680

船井総研セミナー事務局

株式会社船井総合研究所

〒541-0041大阪府中央区北浜4-4-10

船井総研大阪本社ビル

E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

Webからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ [www.funaisoken.co.jp] 右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 097680

これを活用できていない会社は競合負けします…

省エネ住宅でないといけない補助金・減税がこんなにあること知っていますか？

こどもエコ住まい 支援事業(新築)

住宅取得層である
子育て・若者世帯向けの補助金

助成金額

100万円/戸

対象期間

2023年中に着工

対象住宅

- ・ZEH
- ・NearlyZEH
- ・認定長期優良住宅
- ・認定炭素建築物…etc



長期優良住宅の 固定資産税の軽減

長期優良住宅では一般住宅より、
12万円も優遇されます

助成金額

税額**1/2**

対象期間

一般住宅: 3年
長期優良住宅: 5年

対象住宅

- ・長期優良住宅



住宅ローン減税

一般住宅と省エネ住宅では
ローンの減税額が大きく異なります

助成金額

最大
減税額 **445万円**

対象期間

2023年12月31日まで

対象住宅

- ・長期優良住宅
- ・低炭素住宅
- ・省エネ基準適合住宅



フラット35S 金利優遇制度

フラット35省エネ基準を
満たさないと受けられなくなる!?

金利

金利 **0.25%**引き下げ

対象期間

2023年4月から

対象住宅

<現行>

断熱等性能等級2級以上

<新基準>

1. 断熱等性能等級4級以上かつ
エネルギー消費量等級4以上
2. 建築物エネルギー消費性能基準

これ以外にも省エネ基準を満たしていないと受けられない補助金はたくさんあります。

ゲスト講師「ヤマト住建」の実績



ヤマト住建株式会社
代表取締役会長

西津 昌廣 (にしず まさひろ)氏

1956年 大阪府出身
1987年 ヤマト住建創業
1990年 ヤマト住建株式会社設立

<MISSION>
日本の住宅を世界基準レベルの性能に引き上げ、
全国のお客様が健康で快適に暮らせるように導くこと。

<座右の銘>
人は常に己の限界に挑戦すべきである。手持ちの脳力の範囲内に
安住しては、人生の醍醐味を味わうことはできない。

実績

- 2021年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2021」 特別優秀賞・優秀賞・省エネ住宅特別優良企業賞を受賞
「エネージュAF」が2021年度省エネ大賞(製品・ビジネス部門)経済産業大臣賞を受賞
- 2020年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2020」 特別優秀賞・省エネ住宅特別優良企業賞をダブル受賞
- 2019年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2019」 特別優秀賞・特別優秀企業賞をダブル受賞
- 2018年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2018」 特別優秀賞・特別優秀企業賞をダブル受賞
- 2017年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2017」 大賞・特別優秀企業賞をダブル受賞
- 2016年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2016」 特別優秀賞・特別優秀企業賞をダブル受賞
- 2015年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2015」 特別優秀賞と優秀企業賞をダブル受賞
- 2014年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2014」 大賞・優秀企業賞をダブル受賞
- 2013年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2013」 特別優秀賞と優秀企業賞をダブル受賞
- 2012年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー2012」 特別優秀賞と優秀企業賞をダブル受賞
- 2010年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック2010」 特別賞と地域賞をダブル受賞
- 2009年 「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック2009」 優秀賞を受賞

年間完工棟数推移



ヤマト住建の豊富なラインアップ

ゼロエネルギー住宅(ZEH)や、高気密・高断熱の家、天然無垢材仕様の健康住宅、
パッケージ商品、規格住宅など、幅広いバリエーションを展開しています。

性能にこだわった商品

断熱材や設備、構造など、使用するものすべてにこだわり尽くした高性能住宅をラインアップ。
高気密・高断熱で1年を通して理想的な環境を提供する商品。

エネージュUW>



ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エナジー大賞受賞。省エネ性能ナンバーワン住宅です。

エネージュW>



壁を内側・外側から断熱するダブル断熱工法。最小限の暖冷房で快適に過ごせる。本物志向のお家です。

エネージュE(特設サイト)>



屋根から基礎まで断熱材ですっぽり隙間なく包み込み、夏は涼しく、冬は暖かい快適空間を実現します。

コストパフォーマンス

末永く安心して暮らすためには、
住まいの品質が大切です。

『高品質』でありながら『納得の価格』も両立した、
コストパフォーマンスの良い商品。

リーズナブルな 価格設定

子育てママや、ご夫婦二人暮らし、ご高齢の方にも安心して暮らしていただける、
多様化するライフスタイルに対応した商品。

エネージュLCCM>



太陽光発電7.4kW搭載。CO2排出量を抑えて電気の自給自足を実現。次世代へと繋ぐ高性能で安心な住まい。

ハッピーバリューZ>



高い断熱性能と省エネや、太陽光発電などの創エネにより、住宅の年間一次エネルギー※消費量をゼロ以下にする住宅

エネージュSGR>



家族のライフスタイルが広がる屋上庭園。厳選したプランを規格住宅としてお届けします。

セミナーでは上記の商品の作り方を伝授します！

本セミナーで学べる省エネ住宅を活用して業績を上げる方法

以下の課題をすべて解決します！

セミナー前

省エネ住宅に興味があるが、商品の作り方がわからない

省エネ住宅を作っても今までの売り方で売れるか不安

毎年集客数が減少している

省エネ住宅を立ち上げたが原価が気になるお客様

住宅業界時流に取り残されたくない経営者の皆様

補助金を受けられる性能値にするためにどこの性能値を上げる必要があるかわからない

省エネ住宅の需要があるのか不安

ローコストと省エネ住宅ではチラシの書き方やデザインイメージが全く違うので自社で作成は難しい

商品として省エネ住宅にすることのメリットを感じない

どのような販促計画で集客を行うのかイメージが湧かない

そもそも本当に売れるのか不安

セミナー後

売れる省エネ住宅の作り方を理解して自社で開発できる

省エネ住宅の営業方法やツールを理解して受注ができる

販促費を削減しても集客が安定する

省エネ住宅の中でも売れる商品の仕様がわかる

これからさらに伸びる市場で事業を行うことができる

補助金に対応したC値、Ua値にするための商品作りのルールを理解している

現在の時流からお客様の購買心理まで把握したうえで重要性を理解している

省エネ住宅のチラシで効果的なフレーズと文言の配置がわかっている

ライフサイクルコストを考えると住宅にかかる総支払額がローコスト住宅よりも安く売りやすい商品であることがわかる

イベント計画から販促費の割り振りまで理解しており、自社に落とし込んで、計画を立てることができる

論理的な数値に基づいて、省エネ住宅を取り入れた方がよいと数字的にも理解できている

「どうやって省エネ住宅を作るの？」
「どうやって販売すればいいかわからない・・・」
という方にピッタリなセミナーです！ ツールの一部紹介

■明確なポジショニングを持つ省エネ標準商品の立ち上げ

00. 粗利30%・家賃並みで実現する省エネ対応住宅開発

- 01: 商圏内競合分析・シェア分析によるビジネスモデルシミュレーション
- 02: 粗利30%を実現する省エネ標準仕様・コストダウン手法
- 03: 時流適応ポジションを狙える価格帯・ブランド策定



UA値:0.46

粗利率:30%



UA値:0.50

粗利率:27.5%

項目	内容
建物	1. 基礎断熱 2. 外断熱 3. 屋根断熱 4. 床断熱 5. 窓断熱 6. 換気システム 7. 給排水システム 8. 電気システム 9. 太陽光発電 10. 蓄電池
設備	1. 冷暖房システム 2. 給湯システム 3. 換気システム 4. 照明システム 5. 給排水システム 6. 電気システム 7. 太陽光発電 8. 蓄電池
その他	1. 防犯システム 2. 防災システム 3. 防音システム 4. 防湿システム 5. 防臭システム 6. 防虫システム 7. 防鳥システム 8. 防雪システム 9. 防雹システム 10. 防風システム

項目	内容
建物	1. 基礎断熱 2. 外断熱 3. 屋根断熱 4. 床断熱 5. 窓断熱 6. 換気システム 7. 給排水システム 8. 電気システム 9. 太陽光発電 10. 蓄電池
設備	1. 冷暖房システム 2. 給湯システム 3. 換気システム 4. 照明システム 5. 給排水システム 6. 電気システム 7. 太陽光発電 8. 蓄電池
その他	1. 防犯システム 2. 防災システム 3. 防音システム 4. 防湿システム 5. 防臭システム 6. 防虫システム 7. 防鳥システム 8. 防雪システム 9. 防雹システム 10. 防風システム

項目	内容
建物	1. 基礎断熱 2. 外断熱 3. 屋根断熱 4. 床断熱 5. 窓断熱 6. 換気システム 7. 給排水システム 8. 電気システム 9. 太陽光発電 10. 蓄電池
設備	1. 冷暖房システム 2. 給湯システム 3. 換気システム 4. 照明システム 5. 給排水システム 6. 電気システム 7. 太陽光発電 8. 蓄電池
その他	1. 防犯システム 2. 防災システム 3. 防音システム 4. 防湿システム 5. 防臭システム 6. 防虫システム 7. 防鳥システム 8. 防雪システム 9. 防雹システム 10. 防風システム

項目	内容
建物	1. 基礎断熱 2. 外断熱 3. 屋根断熱 4. 床断熱 5. 窓断熱 6. 換気システム 7. 給排水システム 8. 電気システム 9. 太陽光発電 10. 蓄電池
設備	1. 冷暖房システム 2. 給湯システム 3. 換気システム 4. 照明システム 5. 給排水システム 6. 電気システム 7. 太陽光発電 8. 蓄電池
その他	1. 防犯システム 2. 防災システム 3. 防音システム 4. 防湿システム 5. 防臭システム 6. 防虫システム 7. 防鳥システム 8. 防雪システム 9. 防雹システム 10. 防風システム

項目	内容
建物	1. 基礎断熱 2. 外断熱 3. 屋根断熱 4. 床断熱 5. 窓断熱 6. 換気システム 7. 給排水システム 8. 電気システム 9. 太陽光発電 10. 蓄電池
設備	1. 冷暖房システム 2. 給湯システム 3. 換気システム 4. 照明システム 5. 給排水システム 6. 電気システム 7. 太陽光発電 8. 蓄電池
その他	1. 防犯システム 2. 防災システム 3. 防音システム 4. 防湿システム 5. 防臭システム 6. 防虫システム 7. 防鳥システム 8. 防雪システム 9. 防雹システム 10. 防風システム

項目	内容
建物	1. 基礎断熱 2. 外断熱 3. 屋根断熱 4. 床断熱 5. 窓断熱 6. 換気システム 7. 給排水システム 8. 電気システム 9. 太陽光発電 10. 蓄電池
設備	1. 冷暖房システム 2. 給湯システム 3. 換気システム 4. 照明システム 5. 給排水システム 6. 電気システム 7. 太陽光発電 8. 蓄電池
その他	1. 防犯システム 2. 防災システム 3. 防音システム 4. 防湿システム 5. 防臭システム 6. 防虫システム 7. 防鳥システム 8. 防雪システム 9. 防雹システム 10. 防風システム

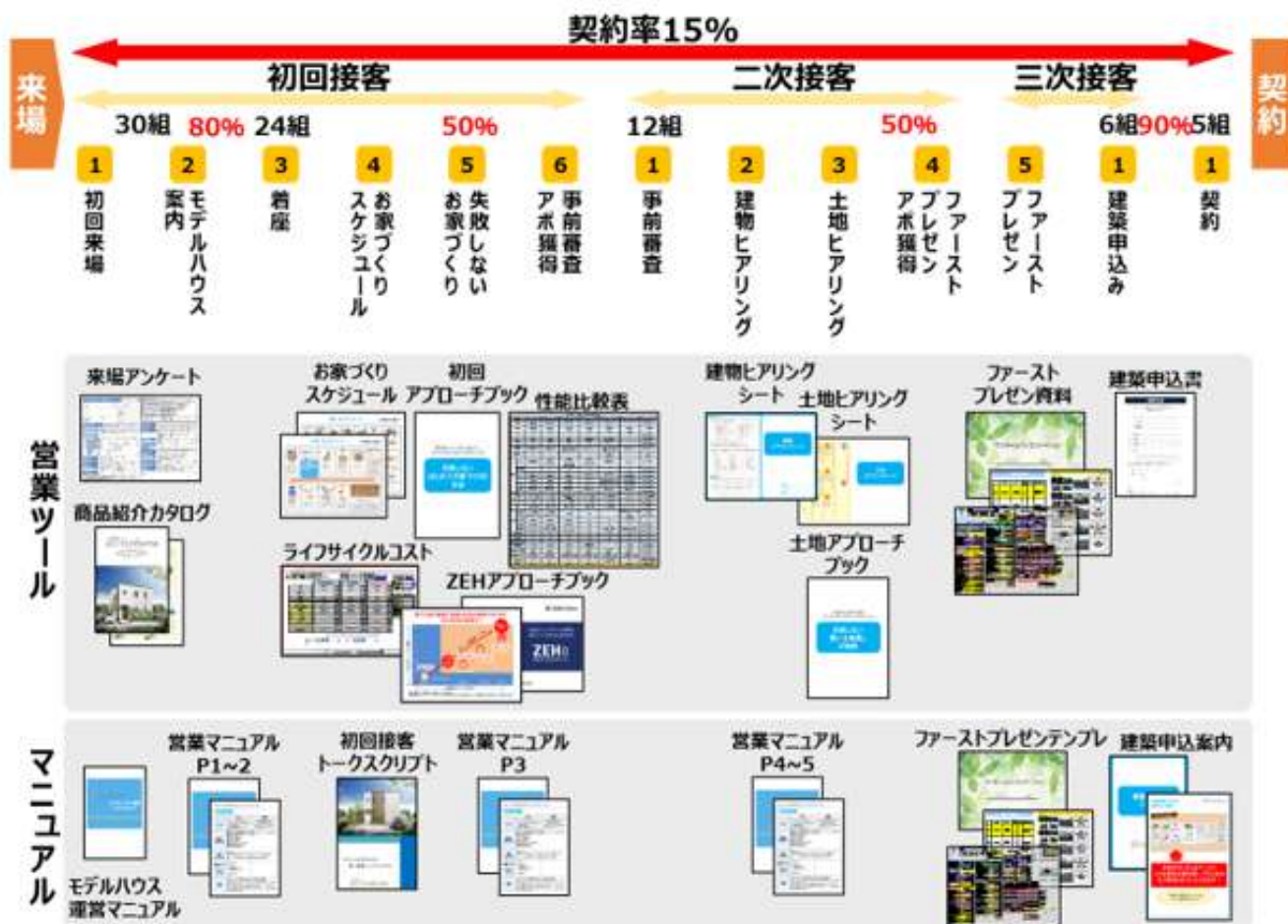
■専任営業による1人年間8棟安定して契約できる仕組み

01. 業界未経験者でも高性能住宅を差別化して無理なく売れる営業手法

- 01: 省エネ商品の共感、納得を獲得する商品カタログ・営業ツールの整備
- 02: 競合仕様・性能比較シミュレーション比較表
- 03: 省エネ商品のメリットを最大化する資金計画・ライフサイクルコストシミュレーション
- 04: 属人性に頼らず組織全体で精度を高める営業ロープレ接客チェックシート

02. 持続的成長を支える店舗マネジメント手法・マネージャー育成の仕組み

- 01: 商談状況を見える化し契約に向けたPDCAが回せる営業管理の仕組み
- 02: 経営者、店長が勝負案件についての的確なアドバイスを行えるレビュー会議
- 03: 商談数を最大化する営業部の行動量管理の仕組み
- 04: 各営業個人の課題を抽出し、店舗の契約率を底上げする顧客管理の仕組み



■ Webを中心としたビジネスモデル販促で狙った客層を月30組集客

03.ZEHビジネスモデル専門Webサイト・ランディングページの構築

- 01: 見込みの高い、狙った客層の検索キーワード分析・共感コンテンツ
- 02: 資料請求名簿獲得のための魅力的なカタログ・小冊子資料
- 03: イベント2週間前から事前告知し来場予約を最大化するリマーケティング広告

省エネ基準適合住宅ターゲット

住宅価格		1600~1800万 (スマートハウス)
夫	年齢	32歳(28歳で結婚)・堅実な家族
	年収	400~450万
	仕事内容	中小企業(メーカー・下請け・工場)／公務員
	趣味	家族のお出かけ・ネット
妻	年齢	30歳(しっかり・気強い)・お父さんは公務員
	仕事内容	医療介護機関従事者・パートのケアマネジャー (歯科衛生士・歯科助手・受付等)
	趣味	スマホ依存症
	友達	同じ学校だけど人数は少ない
見るTV		ヒルナンデス
車		フリード・タント・パッソ・シエンタ
子供		3歳、1歳(ユニクロでguでは買わない)
思考		無駄は嫌いだ、使うときは使う 家電の買い方:まずネットで調べる(オススメ、比較、価格、性能、ランキング)⇒けど結局よくわからない⇒店員に きく⇒それに従う
週末スタイル		アマゾンプライム、hulu、ネットで動画を見る
キーワード		昼までごろごろ⇒イオンに行くが、フードコートでは食べない 行くときはきちんと計画していくが、普段はインドア
住んでいる所		お得意、オススメ(イチオシ)、人気、ランキング 4個一アパート、駅から徒歩15分圏内だけど自転車で行く 築10年未満
読んでいる雑誌		ないが、LINEやTwitter、ニュースアプリ利用

省エネ基準適合住宅ターゲットを集める集客一覧

紙媒体	紙媒体1来場4万円を実現するイベントスケジュールの組み方
	メイン客層にピンポイントで訴求するターゲット成功事例チラシ
	紙媒体からのWeb来店予約を倍増させる予約誘導成功事例
WEB広告	全国150社の実績データを基にしたキーワード広告運用代行
	SNS広告・リマーケティング広告活用による月間10万回Web告知
	業界平均の3倍の実績を誇る住宅会社特化Webサイト導線構築
WEBサイト	商圏世帯3%のセッション数を達成するSEO内部対策研修
	女性目線の安心訴求コンテンツ&反響増加キラーコンテンツ
	資料請求来店率50%を実現するTELアポフロー・トーク・ツール
インサイドセールス	客層心理別・見込み段階別のステップメールテンプレート

04.「良い家なのに来ない！売れない！」を脱するZEHモデルハウスの作り方

- 01: 立地分析データを基にした集客を最大化するモデルハウス立地選定
- 02: 見込みの高い客層をモデルハウスに集めるイベント企画・Web告知手法
- 03: 体感・比較でZEHへの圧倒的共感を得るモデルハウス案内手法
- 04: 次回アポ率50%を実現するモデルハウス案内フロー・オペレーション

05. ハウスメーカー・建売と競合しても負けないクロージングセミナー営業

- 01: 「ここしかない！」と納得させる住まいの価値観と健康への影響トーク
- 02: 客観的に伝えて深く共感を得る性能数値と光熱費比較シミュレーショントーク
- 03: セミナーからの次回アポ獲得を最大化する当日スケジュール、アンケート



	完成見学会	省エネ移動式モデルハウス
建物	建てるお客様によって仕様・トークが異なる	自社の強みである高性能な住宅を体感してもらう
集客	建てるお客様によって打ち出し・訴求が異なり客層が安定しない	「健康と快適」「ゼロエネルギー」を訴求し自社の強み・コンセプトを全面に打ち出した
営業	強みがはっきりせず建売やその他ローコスト住宅と比較され差別化が難しかった	狙った見込みの高い客層が来場しゼロエネルギー住宅を体感してもらうことで単価が高まると共に契約率が高まった

ライフサイクルコスト積み木



構造模型比較省エネ基準VSローコスト



真冬の体感比較 省エネ基準VSローコスト



サッシの体感比較 アルミ〜トリプルサッシ

