

2026年度の法人太陽光戦略

セミナー開催要項

2025年 **12月18日(木)** 14:00～17:00
(受付開始:開始時間30分前～)

東京会場

船井総研グループ 東京本社サステナグローススクエア TOKYO
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
【JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)・東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)】

お申込み 期日

銀行振込み :開催日6日前まで
クレジットカード:開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料

一般価格 税抜 20,000円 (税込22,000円) / 一名様 **会員価格** 税抜 16,000円 (税込17,600円) / 一名様
●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

講座

セミナー内容

第1講座

法人向け自家消費太陽光事業の市場動向

株式会社船井総合研究所
建設支援部 再生可能エネルギーチーム リーダー

土井 康平



第2講座

特別ゲスト 講演

2026年度に需要家から求められる自家消費太陽光

株式会社長谷川電気工業所
代表取締役社長

長谷川 雄一 氏



第3講座

競合に負けない自家消費太陽光 集客・営業のポイント

株式会社船井総合研究所
住宅・リフォーム支援部 設備工事チーム

結束 侑輝



第4講座

明日から実践していただきたいこと

株式会社船井総合研究所
建設支援部 再エネ・建機グループ マネージャー

岡 慶和



お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードから
お申込みください。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/134406>

船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に右上検索マークから
「134406」をご入力し検索ください。

船井総研セミナー事務局 E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000(平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

自家消費太陽光業界の未来予測

2026 時流戦略

～来年着目すべき3つのテーマ～

- ☑ 商品での差別化 **薄型太陽光パネル**
- ☑ 費用面での差別化 **PPA/J-クレジット**
- ☑ 付加価値による差別化 **脱炭素提案**

特別 ゲスト

株式会社長谷川電気工業所
代表取締役社長

長谷川 雄一 氏



2025年 **12月18日(木)** 14:00～17:00
(受付開始:開始時間30分前～)

東京会場

船井総研グループ 東京本社サステナグローススクエア TOKYO
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
【JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)・東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)】

主催

2026年度の法人太陽光戦略



サステナグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

お問い合わせNo. S134406



当社ホームページ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] 右上検索マークから「お問い合わせNo.」を入力ください。) → **134406**

3時間で
わかる!

2026年の自家消費太陽光業界時流予測 来年の重要テーマと受注戦略を大公開!

2026 年自家消費市場の展望と本セミナーでお伝えする内容を一部ご紹介します!

1

2026年の自家消費市場は 法整備・制度改革が追い風に!?

昨今、電気代の上昇や電力需要の増加、再生可能エネルギーの推進などにより、自家消費太陽光市場は急成長しています。また、更なる市場の拡大を意図した「初期投資支援スキーム」や「指定管理工場への太陽光設置目標策定義務化」などによって、今後も更なる需要増加が見込まれます。このような法改正・制度改革はEPC企業にとってビジネスチャンスであり、まだまだ事業成長の余力が残されていると言えます。



- ✓ 自家消費太陽光の市場動向がわかる
- ✓ 法改正や制度改革の内容がわかる

2

2026年に市場で勝つポイントは 3つのテーマによる「差別化戦略」

需要家のニーズや導入モデルが多様化する中、EPC企業には「同質化された営業からいかに脱却するか」という差別化戦略が求められます。本セミナーでは、2026年にEPC企業が着目すべき3つの差別化テーマを取り上げ、受注へと繋げる差別化戦略への展開方法についてもご説明いたします。

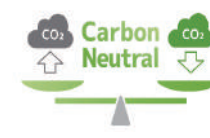
着目すべき3つの差別化戦略



商品での
差別化
薄型太陽光
パネル



費用面での
差別化
J-クレジット/
PPA



付加価値による
差別化
脱炭素提案



- ✓ 自家消費市場で話題の重要テーマがわかる
- ✓ 重要テーマを戦略に展開する方法がわかる

3

需要家のニーズを捉える 刺さる商品づくりのコツを解説

昨今の法改正や新たな導入モデルの登場により、需要家のニーズも刻一刻と変化しております。その中で、EPC企業には多様なターゲットに最適な提案が常に求められます。現在需要家が求めている自家消費型太陽光の提案や、ターゲットごとのニーズに合った「刺さる商品」の作り方についてお話いたします。

価格	
設置場所	
モデル	
稼働容量 (AC)	
ターゲット規模	
商社対象	
想定される顧客の 前提条件	

ターゲットのニーズに合わせた
規模・特徴別の商品構成



- ✓ 需要家が求める商品ニーズがわかる
- ✓ ターゲット別の商品ラインナップがわかる

4

2025年「売れた企業」が使っていた 集客手法・営業ツールを大公開!

現在、法人向け自家消費ビジネスでは集客方法が多岐にわたって展開されています。有効な集客方法・有効な集客時期などを最新事例を通じながら、ご紹介させていただきます。また、法人向けに太陽光発電を売るためには、ただ「電気代削減」だけではなく、時流を踏まえた訴求ができないと受注に至りません。時流を捉えた「売れる営業」について、その手法を事例やツール紹介を通じて、お話いたします。



- ✓ 成功している企業の集客手法がわかる
- ✓ 反響～受注の流れと営業手法がわかる