

営業2名でも売上3億円を実現した営業戦略

講座	セミナー内容
第1講座 14:00~14:50	残り半年!2026年最新の住宅用太陽光業界トレンドを解説 補助金減額・訪販減少・賦課金高騰・新商品のリリースなど、目まぐるしく変化する住宅用太陽光蓄電池業界。こうした時流の転換期を迎えている中、今、販売店が注力すべきポイントを解説いたします。 株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 北 隆人
特別ゲスト講座 第2講座 15:10~16:20	成約率40%!Web・協業戦略で複数商材を受注するポイントを解説 Webサイトやアライアンス（協業戦略）にて新規案件を年間230件以上集客。それらの案件に蓄電池に加えてソーラーカーポートやV2H等、複数の商品をクロスで提案し成約率40%を達成する秘訣をお話いただきます。 GCエナジー株式会社 代表取締役社長 藤田 浩光 氏 GCエナジー株式会社 ゼネラルマネージャー 鶴来 宏隆 氏
第3講座 16:30~17:00	明日から取り組んでいただきたいこと まとめとして、特別ゲストであるGCエナジー株式会社の講座内容を踏まえ、皆様に取り組んでいただきたいポイントを解説いたします。 株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 リーダー 佐野 幹太

開催日時

2026年 **7月21日(火)**

14:00~17:00 (受付開始:開始時間30分前~)

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)】

開催方法

東京開催

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。

※諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいいたしかねますので、ご了承ください。

受講料

一般価格 税抜 30,000円 (税込**33,000円**)/一名様 会員価格 税抜 24,000円 (税込**26,400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。

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/142716>
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「142716」をご入力し検索ください。

【お問い合わせ】
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。



住宅用太陽光販売業界向け

東京開催 2026年 **7月21日(火)**
株式会社船井総合研究所 東京本社



太陽光営業

未経験者でも売れる
セミナー

2026年最新営業手法を大公開

GCエナジー株式会社(トモシエ)の**ここがすごい!**

年間売上高

3億円

営業2名・成約率40%

訪問販売なし、
営業ハードルが下がる

**工務店・住宅会社との
アライアンス**

全国で売れる!
太陽光・蓄電池販売の

30のルール

特別ゲスト!



GCエナジー株式会社
代表取締役社長 **藤田 浩光** 氏
ゼネラルマネージャー **鶴来 宏隆** 氏

このようなお悩みがあるみなさまにおすすめです!

- YoutubeやInstagramなど新たな集客手法を探している
- 商談からの成約率が30%未満である
- 管理職の育成やマネジメントに悩んでいる
- 新しい商材を付加して客単価をあげたい

営業2名でも売上3億円を実現した営業戦略

お問い合わせNo. S142716

主催

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 〒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

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。) → **142716**



営業2名で年商3億円 高生産性・成約率40%の秘密大公開

累計約1億円の広告宣伝費・ラジオCM・営業外注でも頭打ちだった売り上げが
たった少しの「営業の変化」で動き出した実話



GCエナジー株式会社（ブランド：トモシエ）

2015年からソーラーカーポート事業を展開する。営業わずか2名で年商3億円超／累計施工1,700件突破／月間問合せ100件超を実現するWeb集客×アライアンスの二刀流モデルで、訪販に頼らない販売体制を確立。自社ブランド「TYPE」シリーズの開発・販売も手掛け、「販売店でありメーカー」としての独自ポジションを築く。東京都江東区／GCホールディングス傘下。

年間売上高
約3億円
(営業2名)

成約率
約40%

平均客単価
約308万円

月間問い合わせ数
100件
(2026年4月)

創蓄セット比率
50%

GCエナジーの“ココが凄い”特集 特別に3つほど紹介いたします

太陽光・蓄電池・V2Hを組み合わせ、少人数でも高収益を実現する体制づくり

「TT」が凄い

累計施工1,700件超を生むソーラーカーポート専門体制

- 2015年からソーラーカーポート事業を専門展開
- 太陽光・蓄電池・V2Hを組み合わせた提案に強み
- 公式サイト・SNS・YouTubeで施工事例を継続発信
- 全国ヘソソリューションを届ける専門企業として展開
- 「トモシエ」ブランドで家庭のエネルギー自給力を支援



「TT」が凄い

営業2名で年商約3億円・成約率40%を実現する営業戦略

蓄電池営業30のルール（当日公開）

- 問い合わせ対応から商談フローまで提案手順を標準化
- 蓄電池セット提案率を研修後に一気に2倍以上へ改善
- クロス販売の案件単価は約450万円まで上昇
- 営業マン個人に依存せず、仕組みで売れる体制を構築
- 少人数でも高単価受注を狙える営業モデルを実践

「TT」が凄い

施工事例を資産化し、広告に頼りきらない集客を実現

- 累計施工実績を見込み客の安心材料として活用
- Web・SNS・動画で事例を見せ、比較検討層に訴求
- ソーラーカーポート単体ではなく蓄電池まで提案
- 地域で選ばれる専門ポジションを取りにくい発信設計
- 問い合わせを受注へつなげる営業導線まで整備



さらにスペシャルコンテンツ！

読めば**営業効率**がぐんと高まるGCエナジー株式会社のポイント大公開



本セミナーゲスト GCエナジー株式会社

株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 リーダー
住宅用太陽光&蓄電池ビジネス研究会 主催 佐野幹太

本レポートをお読みいただきありがとうございます。

GCエナジーの強さは、「差別化の8要素」で見るとより明確になります。営業2名で年商約3億円、商談成約率約40%を実現している背景には、単なる集客力だけではなく、立地、商品、販促、接客までを一貫して磨いてきた差別化の積み重ねがあります。

			BtoC業態の場合
戦略的要素 (長期的要素)	1 立地	大	商圏人口・店前通行量
	2 規模		店舗面積・家賃・初期投資
	3 ロイヤリティ		ブランド・受賞歴・歴史
戦術的要素 (中期的要素)	4 商品力		独自性・機能性・専門性 その他競合優位性
	5 販促力		広告宣伝力 (販促量×販促品質)
戦術的要素 (短期的要素)	6 接客力		接客力 (接客回数×接客品質)
	7 価格力		価格分の価値の高さ (コストパフォーマンスの高さ)
	8 固定客化	小	会員制度・ポイント制度 顧客ランクアップ制度

船井流「差別化の8要素」

船井総合研究所では、地域一番店づくりにおいて重要な考え方として、「差別化の8要素」を提唱しています。

上位の要素ほど業績に与える影響が大きく、下位の要素ほど取り組みやすい一方で、競合にも真似されやすいという特徴があります。

本セミナー限定対談は次ページをご確認ください！

これを読めば、生産性がぐんと高まる！ 今までの試行錯誤 成功と失敗

本セミナー限定スペシャル対談一部紹介



GCエナジー株式会社
代表取締役社長
藤田 浩光氏



GCエナジー株式会社
ゼネラルマネージャー
鶴来 宏隆氏



株式会社船井総合研究所
北 隆人

北 本日はお時間いただきありがとうございます。早速ですが、住宅用太陽光業界でこの輝かしい実績を出された成功ポイントや過去の取り組みを本日はご紹介いただけたら幸いです。

藤田 読者のご参考になるか分かりませんが、大丈夫でしょうか？

北 皆様にとって、貴重なお話になるかと思えます！では早速質問させていただきます！

質問

事業立ち上げ時

問い合わせはあるが、なぜ売上が伸びなかったのでしょうか？

藤田 正直に申し上げますと、売上が伸び悩んでいた時期でした。問い合わせ自体は来ていたんです。広告にもかなりお金を入れていました。

累計で1億円以上、広告費を使ってきたと思います。

それでも、売上はずっと横ばい。

北 1億円というのはすごい金額ですね。



藤田 一時期は、潜在層への認知拡大ということで、ラジオCMにも出稿しました。大手広告代理店出身の方にブランディングをお願いして、お金もずいぶん使いました。ですが、これが全然うまくいかなくて。。。

「広告を増やすほど、利益が減っていく…」
ここから抜け出すきっかけは、意外な場所にありました！

【特別対談】1 | なぜ"蓄電池の営業研修"を受けようと決めたのか？

鶴来 ラジオは「車に乗っている人と相性がいいんじゃないか」と仮説を立てて始めたのですが、結局すぐに売上には繋がらなくて、お金をドブに捨てちゃう感じになってしまった。半年で結構な金額を使った後、ちょっとこれは続けられないなと撤退しました。

藤田 そこに加えて、広告でお問い合わせが増えると社内の営業が足りなくなってきた。成果報酬型の営業外注を併用していた時期もありました。仕事は確かに決まるんです。でも、広告費と外注報酬が同時に積み重なって、**売上は伸びても利益がほとんど残らない。**これも続けられないな、と。

鶴来 現場の感覚としても、ソーラーカーポート単体販売だと最後は価格競争になってしまう。蓄電池やV2Hをセットで提案できれば客単価も上がるんですが、それを営業現場で当たり前にする状態ではなかった。

北 営業の人数を増やすという選択肢は？

鶴来 人を増やせばどうにかなる、という発想も限界がありました。

**「人数を増やすしか手がない」状態は、
経営的にすごく苦しい**

質問

なぜ"蓄電池販売の営業研修"を受けようと決めたんですか？

藤田 きっかけは、船井総合研究所さんとの出会いです。それまで私たちはずっと「広告」「集客」の側ばかりに目を向けていたのですが、**"営業の中身"を変える**方が早いと気づいたんです。

北 なるほど。研修の一番の学びは何だと感じましたか？

鶴来 一番大きかったのは、お客様への提案フローと、**蓄電池営業の理論や30のルール**を学べたことです。今までは、ソーラーカーポートの販売がメインで、蓄電池の説明の仕方が分からず、追加提案をすると金額が大きくなり断られてしまうかもという恐怖が社内でありました。

藤田 研修後、**「この商談、蓄電池まで一緒に決まりました」**という小さな成功が立て続けに起きて、それが営業メンバー全員に広がっていったんです。

蓄電池セット販売率が、2.5倍以上に!?
その裏にあった"仕組み"とは？

質問 研修後、現場の数字はどう変わったのか教えてください。

鶴来 一番象徴的なのは蓄電池のセット販売比率です。研修導入前の **20%⇒50%** にまで上がりました。太陽光と蓄電池をセットで導入されたお客様の場合、**案件単価はおよそ450万円。客単価全体でも平均約308万円**まで上がってきています。

藤田 売上面で言うと、**現在は年商約3億円を、営業2名のまま維持できています。商談からの成約率は約40%、営業マン1人あたり毎月5～8件は安定的に契約し、粗利率も約40%を確保できています。**

北 営業2名で年商3億円・成約率40%は驚異的です。維持できる理由は何ですか。

藤田 ひと言で言えば、「営業マンに頼る」から「**仕組みで売る**」への転換ができたから、だと思います。

鶴来 お客様の問い合わせから契約までの流れを、徹底的に標準化しました。問い合わせをいただいた瞬間から、どのタイミングで何の資料を出して、どんなトークで進めるか。これを全部、誰がやっても同じ品質でできる状態に整理したんです。

北 属人化を排除した、ということですね。



鶴来 その通りです。「エースがいないと売れない会社」は、エースが辞めた瞬間に止まります。**仕組みで売れる会社は、メンバーが入れ替わっても数字が落ちにくい。**経営者として、これほど安心感のある状態はありません。

質問 営業の「30のルール」について詳しく教えてください。

北 先ほどおっしゃった「仕組みで売る」の中身、当日完全公開とのことですが、本日は読者の皆様に向けて、**営業の「30のルール」**をほんの一部だけでも教えていただけませんか？

鶴来 そうですね…全部は当日のお楽しみとして、いくつかだけ。

⑩導入に対し、即決することへの言質を取る

「なぜ今、導入する人が増えているのか？」について話を聞いた上で、「蓄電池を設置するか・しないか」の判断を今日することに対し、返答をいただく

⑯今後の電気代上昇と月々の負担額の確認

電気代高騰を電力会社の電源構成を基に説明し、「月々の負担額が季節によって差があること」は、意外と気づいていないことに対し、ご夫婦2人から納得していただく

⑳1日あたり／1月あたりの費用感に対する納得

「実際のご負担額自体は1日（月）あたり●円なのですが、さほど大きな負担ではないですよ？」と聞き、前向きな返答をいただく

藤田 これだけでも、明日から試せる内容ですよ。残り27のルールは、当日すべてお見せします。

ルール	内容	効果
①	お客様の悩みを聞き出す	信頼関係を築く
②	お客様の現状を把握する	適切な提案を行う
③	お客様の将来の目標を聞き出す	長期的な関係を築く
④	お客様の現状の問題点を指摘する	問題意識を喚起する
⑤	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑥	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑦	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑧	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑨	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑩	導入に対し、即決することへの言質を取る	導入率を上げる
⑪	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑫	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑬	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑭	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
⑮	今後の電気代上昇と月々の負担額の確認	不安を解消する
⑯	今後の電気代上昇と月々の負担額の確認	不安を解消する
⑰	今後の電気代上昇と月々の負担額の確認	不安を解消する
⑱	1日あたり／1月あたりの費用感に対する納得	費用感を受け入れる
⑲	1日あたり／1月あたりの費用感に対する納得	費用感を受け入れる
⑳	1日あたり／1月あたりの費用感に対する納得	費用感を受け入れる
㉑	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉒	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉓	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉔	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉕	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉖	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉗	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉘	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉙	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉚	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉛	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉜	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉝	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉞	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㉟	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊱	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊲	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊳	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊴	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊵	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊶	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊷	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊸	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊹	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊺	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊻	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊼	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊽	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊾	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する
㊿	お客様の将来の目標と現状の問題点を結びつける	解決策を提示する

質問

これから先、どこを狙っていくんですか？

藤田 **「地域で1番になる」**これに尽きます。

狙うエリアと顧客を絞り込んで、そこで圧倒的に1番になる。1番になれば、もう価格競争には巻き込まれない。

ちなみに、私が茨城県つくば市に自宅を買ったこともありそちらを拠点として地域一番化を狙っています笑

鶴来 その武器になるのが、累計1,700件超の施工事例です！15年近く積み上げてきた施工実績は、お客様にとってこれ以上ない安心材料。

月間問い合わせ数も約111件で安定していますので、地域での信頼づくりに徹底的に活用していきます！！

北 もう一つの柱として**「工務店アライアンス」**

こちらと一緒に動かしていますね！

藤田 ここは正直、これから本気で伸ばす領域です。3月に初めて地域の工務店向けにセミナーを実施しました！住宅メーカー・工務店との接点を増やしていけば、私たちの太陽光・蓄電池の提案をそのまま既存のお客様にお届けできる。訪問販売に頼らずに新規開拓ができるのがこの戦略の一番のうまみです。



※セミナー実施イメージ

鶴来 営業現場を預かる立場としても、セット販売は仕組みで作れる、属人化させなくていい！この実感は、2年かけて積み上げてきたものを当日ぜひお伝えしたいです。



訪販に頼らない販売体制を支える
「3つの集客チャネル」を次ページで完全公開

質問

今後の注力領域を教えてください！

北 これからの集客戦略と、経営者として腹を決めたこと、最後に全国の皆様へのメッセージを伺わせてください。

藤田 集客で言うと、私たちは今、**Google マイビジネス・YouTube・Instagram**の3つに本気で力を入れています。Google マイビジネスは地域ナンバーワンを取るための一番手っ取り早い施策です。わざわざ電話してくれるお客様が増えてきていて、これがホットなお客様なんですよ。

鶴来 YouTubeは正直、再生数だけ見たら以前より落ちています。でも、「再生数は減ったけど、本気で欲しい人がちゃんと見てくれる」に質が変わりました。Instagramもランチェスター戦略で、私たちはソーラーカーポート専門に絞っているからこそ統一感が出せる。複数商材を扱う大手と差別化できているのは、絞っている強さだと思います。



Youtubeチャンネル
「ソーラーカーポートはトモシエ」
毎月約3件ほどのお問い合わせを獲得している

Instagramアカウント
「solar_sarport」
Instagram+META広告含め
毎月約50件ほどのお問い合わせを獲得



11年間の試行錯誤の末にたどり着いた
「当たり前の一歩」とは？

質問

最後に、本レポートをお読みいただいている皆様へ
メッセージをお願いします。



正直なところ、私たちは特別なことをやってきたわけではありません。売上が頭打ちになっていた頃、私自身も

「人を増やすしかないのか」
「広告費をもっと積むしかないのか」
と、ずっと悩んでいました。

結局たどり着いたのは、

「営業の中身そのものを変える」

という、ある意味で当たり前の一手でした。
当日は、私たちが何をどう変えたのか、包み隠さずお話しします。
ただ、私たち自身もまだまだ勉強中の身です。
当日お越しいただく皆様との意見交換のなかで、私たちも新しい気づきをいただけたらと思っております。

ぜひ、皆様の現場の話もお聞かせください。

対談から見た、本セミナーで持ち帰って頂ける3つのポイント

①

営業の仕組みで売る



営業マン個人の力量に頼らず、
商談フローと提案トークを標準化
することで成約率**40%**を実現。
エースに依存しない、再現性のある
営業組織のつくり方を当日完全公開。

②

セット販売を
組織に根付かせる



蓄電池のセット提案を「特定の営業マン
しかできない」状態から、「誰がやっても
提案できる」状態へ。クロス販売案件
単価**約450万円**を実現した、組織への
展開方法。

③

広告を資産化する
継続型集客



累計**1,700件超**の施工事例を“資産”
として積み上げ、地域で1番のポジション
を取りにいく戦略。広告費を増やさなく
ても問い合わせが入り続ける仕組み。

最後に、特別な案内がございます。
最後までお読みください。



株式会社船井総合研究所 専門工事支援部 リーダー 佐野幹太

ここまで、本レポートをお読みいただきありがとうございます、

住宅用太陽光販売店40社を支援するなかで、
いま私が注目している1社が、今回ご登壇いただくGCエナジー株式会
社です。

「人数も広告費も増やさず、営業の中身を作り直ただけで、蓄電池
セット販売比率が20%→50%へ、ほぼ倍に伸びた」

きっかけは、弊社の蓄電池販売研修でした。
研修前は「太陽光のついでに蓄電池を提案する」スタイルで、
提案の弱さからセット販売は20%程度。

研修後、提案ロジックを再構築した結果、**平均単価は450万円、
粗利率は40%**まで改善しました。

■当日のお持ち帰りメッセージ

「単価を上げる営業ロジックは、研修で再現可能である」
これが、私が皆様にお持ち帰りいただきたい一番のメッセージです。
本DMでは語りきれなかった『30のルール』を、当日完全公開します。

■営業だけでなく、集客のノウハウも持ち帰れます

GCエナジー株式会社は、累計1億円超の広告投資で月間問合せ100件
超を獲得する、業界有数のWebマーケティング経験値を持つ会社です。
SNS・YouTubeなどなど！「いま、何から集客に着手すべきか」
「SNS・Web集客に取り組みたい」

そんな皆様も直接ご質問頂けます。
皆様のご参加を、心よりお待ちしております。

お申し込み・詳細スケジュールは裏面をご確認ください！