

# LIXIL 高性能フルリノベーションセミナー

## トークセッション抜粋

1月に大阪にて関西エリアのまるごと断熱リフォーム登録店様、SW工法リフォーム加盟店様を対象に開催させていただきましたイベント『高性能フルリノベーションセミナー』  
その中で実際にまるごと断熱リフォームをご施工いただきました2社のビルダー社長とまるごと断熱リフォームのセミナーでもご登壇いただいたリノベーション・断熱技術コンサルのRコンサル井上先生でトークセッションをしていただきました。

こちらの内容が実例・ご経験談を赤裸々にご披露いただき非常に参考になる内容でしたので、ご了承をいただきましてこの場にて発信させていただきます。



当日会場の様子

## トークセッション 登壇者様ご紹介



代表取締役社長 田中 健太様  
2015年大阪府富田林市にて創業。  
スーパーウォールにも加盟いただき、  
2年前に初めてリノベーション（SW工法リフォーム）受注後、リノベーションの問い合わせが増加しております。

Rコンサル



Rコンサル代表 井上 望様  
北海道で建設会社にてリノベーション事業部長時代にはLIXILリノベーション5年連続 全国1位。200棟以上のリノベーションに携わり、検査会社にて見識を拡げ2021年独立し技術コンサル業にご活躍されています。

HUTT  
housing.com



代表取締役社長 増家 秀彦様  
2005年設備会社を起業。その後建築業も手掛ける。NPO法人ひょうご安心RF推進員会理事も務める。昨年まるごと断熱リフォームを受注。



ご準備させていただいた5つの質問にお答えいただくカタチでトークセッションは進行了ました。

## 1 1棟目受注のきっかけは？

田中社長：2年前の初めてのリノベーションのお客様は新築希望で、完成見学会に来場いただきました。2家族で同居を考えておられ、予算が厳しい中、当時発売間もないSW工法リフォームが予算にも合致し契約に至った。

住まいStudio来場から**高性能住宅は譲れないが予算も厳しかったので高性能で建て替えよりも安価なSW工法リフォームはお客様の希望が叶い契約決定になった。**

増家社長：水回りリフォームのご相談のお客様が外壁塗装もしたいとなり、まるごと断熱リフォームのご提案をすんなり快諾いただいた。

司会：当初の予算からかなりのアップになると思いますが...

増家社長：**金額アップになる分を補助金のご提案と一緒に進めたのが良かった。**断熱も出来ますしお客様にはご納得いただけました。

## 2 性能改善リフォームで注意する事

田中社長：外張り断熱なので下屋がある時はやりにくい。特に気密を取るのに苦労する。この現場では結局測定不能になったが、引き渡し後にお客様にお伺いすると『とても暖かい』と喜んでくださっている。

井上代表：気密は現場で職方さんと【解体後検証】で徹底的に話し合う。それでも難しい部分は私は一液性ウレタンで吹き付けして塞いで気密をしています。

**大切なのは個々でなく断熱・気密・暖房計画・換気計画をセットで考えることです。**



実際の現場写真をご覧いただきながら難しかった点などをご説明。会場参加者様も真剣に聞いていただいております。

### 3 原価管理（予算）で失敗したこと

増家社長：天井の下地をやり替える作業があらかじめ読み取れず予算みれませんでした。

司会：**天井グラスウール吹込み時に人が載って作業いたしますので、下地部分の強度が足りない場合は補強を入れていただくことになります。**

増家社長：その部分を読めませんでした。

田中社長：同じく、**下屋の吹付には天井を解体して防水シートを貼って吹込みをする工程になるがそれを理解していなかった。**

司会：実際の場面を事前にご理解いただきにくい部分かもしれません。

### 4 耐震補強など、断熱以外で気を付けていることは？

増家社長：今回の現場は梁セイが不足で天井高を確保する意味でも鉄骨で補強したが、外部側から筋かいや金物を入れにくい場合はどうしてますか？

井上代表：筋かいや金物入れにくい場合は面材補強に変えとかは色々考えて対応しております。

**耐震は計画段階が重要だと思っております。**

その中で私は【直下率】という考え方を重視しております。1階と2階の柱が通っているのか？耐力壁の位置のバランスなど、荷重を地面に逃がしてあげる構造が基本なのでそのように組み立てて計画する必要がある。

## 5 集客について、実践していることは？

田中社長：元々リノベをやったことがない会社だったが(ホームページに)実績を載せることでそこから5~6件くらい入ってきた。それまではリノベは0だった。

また、施工前施工後を3Dのウォークインで見せれるようにしているのがイメージしやすく差別化になっている。

司会：写真が非常にきれいですが社員の方が撮ってらっしゃるのですか？

田中社長：写真はすべてプロに撮ってもらっています。

司会：お客様の集客の割合はHPからというのはどれくらいございますか？

田中社長：うちは殆どHPからしか問合せは来ないです。

HPから来たお客様はHPを読み込んできてくれるので『話が早い』です(笑)

増家社長：今回の(まるごと断熱の)物件の現場は近隣が同じ年代の建物が多く、これからだと思ったのでポスティングして現場見学会しました。また、自社でのワークショップは長年続けており地域密着でやっております。

司会：現場見学会のチラシが非常に良い出来ですが自社でお作りになりましたか？



トークセッション終了後には、会場から積極的にご質問を頂戴しました。



## まとめ

高性能住宅の価値をまずご理解いただく。（お客様の中での優先順位は『ゆずれない』レベルまで）その上で補助金が後押しになる

施工時の注意は『解体後の検証を全員で時間をかけしっかりする』  
『施工計画を総合的に考える』

原価管理ではまるごと断熱の施工方法を理解して『抜け』の無い様に

断熱以外の耐震なども計画段階が重要。

集客では、発信することが重要。とくにホームページ、現場写真、ちらしなど皆さんが差別化して自社のやり方で発信なさってます。その結果が濃い見込みお客様の集客につながる。