

1. 補助事業の具体的取組内容

■ 会社概要

当社は 1978 年 6 月に設立し、創業 45 年目を迎える企業である。豊橋市を中心とした東三河地域で、戸建て住宅・共同住宅から、事業用ビルや店舗、病院まで、幅広い建築物の新築工事を請け負っている。また、新築工事のみではなく住宅のリフォーム業も行っている。「みんなの幸せを形にする」を理念としており、建物の新築・リフォームを通じて、地域の皆様にとって過ごしやすく、魅力ある街づくりに貢献することを目標としている。



■ 事業環境

商圏：豊橋市を中心とした東三河地域（本社から半径 30km 以内）

本社所在地：愛知県豊橋市大山町字西大山 52 番地 従業員：34 名

日本産業標準区分：建設業－総合工事業－一般土木建築工事業－一般土木建築工事業

■ 各事業概要

①一般工事請負業 売上比率・・・約 85%

取引先からの依頼で、戸建て住宅、事務所ビル、店舗、工場や倉庫、病院・学校などの公共施設等、幅広い建築物についての**新築工事**を主としつつ、**増改築**や**メンテナンス**も請け負っている。

● 取引先（事業主、元請け）

- ・不動産デベロッパー・大手ゼネコン・ハウスメーカー
- ・建築コンサルタント、設計監理事務所
- ・官公庁（国・県・市）主に愛知県と豊橋市の公共工事入札
- ・法人・個人事業主（店舗、事務所、工場などの事業用施設の新築・メンテナンス）

● 施工事例



戸建て住宅新築工事



賃貸アパート新築工事



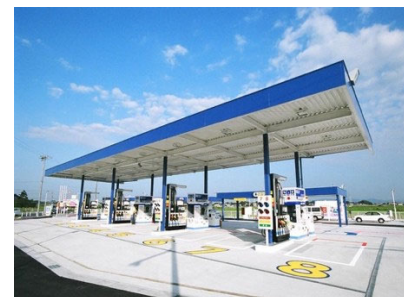
老人ホーム新築工事



マクドナルド 1 号線小坂井店新築工事

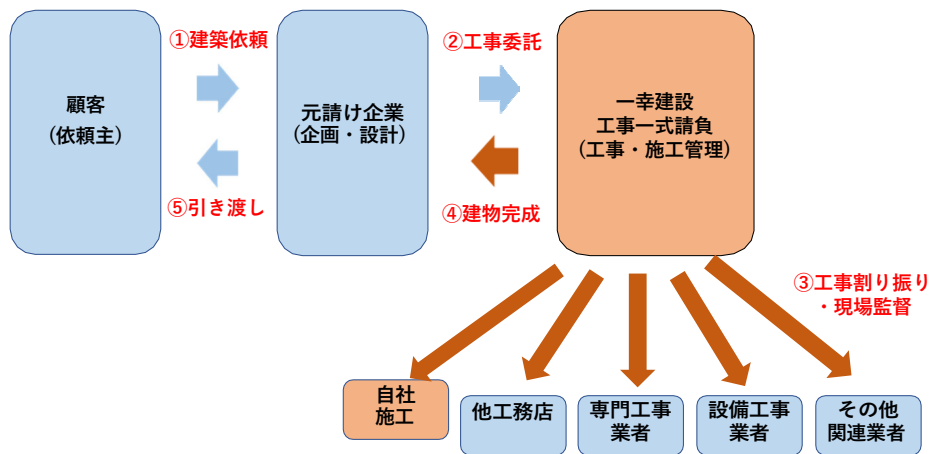


工場棟(株式会社 C.I プラント様)新築工事



ガソリンスタンド新築工事

●ビジネスモデル図



●直近実績

・受注数：276件 [Redacted]

②住宅リフォーム事業 売上比率・・・約12%

LIXIL リフォームショップ (FC) の加盟店として自社で集客を行い、住宅リフォームを行なっている。

●施工内容

内装リフォーム、増築・減築リフォーム、水回りリフォーム (トイレ、キッチン、浴室)、玄関リフォーム等

●集客経路

- ・地域に向けてチラシの配布
- ・自社作業場でイベントの実施 (右写真)
- ・LIXIL ショールームからの紹介



●直近実績

・受注数 291件 [Redacted]

③その他 売上比率・・・約3%

- ・東三河地域で物件の賃貸・売買を仲介する「不動産売仲介業」を行っている。
- ・自社保有の太陽光発電設備を用いて発電した電気を売る「エネルギー事業」を行っている。

■SWOT分析

●強み

○有資格者数の多さ

資格を持っており、実績や技術力のある社員が多い。詳細は以下の通り。

| 資格名 | 人数 | 資格内容 |
|-------------|----|--------------------------------|
| 一級建築士 | 3名 | あらゆる種類の建物の設計が可能。 |
| 二級建築士 | 9名 | 住宅の設計が可能。 |
| 一級建築施工管理技師 | 8名 | 施工計画の作成、工程管理、品質・安全面の指導ができる。 |
| 一級建築大工技能士 | 1名 | 実務経験7年以上/大工としての知識・技術の証明 |
| 二級建築大工技能士 | 7名 | 実務経験2年以上/大工としての知識・技術の証明 |
| 既存住宅状況調査技術者 | 3名 | ・既存住宅の劣化・不具合の状況について調査することができる。 |
| その他 | 9名 | 土木施工管理技士、給排水、電気工事士、宅地建物取引士、他 |

○技術力のある大工の多さ

上述の通り、自社に「一級建築大工技能技師」1名、「二級建築大工技能士」7名がいる。下請けメインであり自社で集客を行わない「施工会社」だからこそ、社員の技術力・実績を上げることに注力してきており、技術力の高い技能職人材を有している。

○「住宅状況調査」の実績

住宅状況調査とは、中古住宅のリフォームや売買を行う際に事前に**建物の状況を把握**するために
・既存住宅の構造上主要な部分（土台、壁、柱等）に生じているひび割れ

・屋根・外壁等の雨漏り等の劣化・不具合の状況を目視・計測等により**調査**することである。

当社にも「既存住宅状況調査技術者」の有資格者が3名いるが、これは建物の構造を理解し設計をすることができる「建築士」のみが取れる資格である。

| | | |
|---|--|--|
| 調査の結果 | [2] 土台・床組（構造） | 劣化事象等（ <input type="checkbox"/> 有り <input checked="" type="checkbox"/> 無し <input type="checkbox"/> 調査できなかった） <input type="checkbox"/> 対象部位なし |
| 調査の結果 | [3] 床（構造） | 劣化事象等（ <input type="checkbox"/> 有り <input checked="" type="checkbox"/> 無し <input type="checkbox"/> 調査できなかった） <input type="checkbox"/> 対象部位なし |
| 内部 | | [2] 土台・床組（構造） |
| 調査項目 | | 確認内容 |
| (1) 著しいひび割れ、劣化又は欠損 | <input checked="" type="checkbox"/> ア 無し <input type="checkbox"/> イ 有り（下表に記入） | a. 著しいひび割れ、劣化又は欠損が確認された場所 () b () ・最大のひび割れ幅 () mm |
| 各部屋目視及び、レーザー測定器にて確認。 ひび割れ、劣化、欠損なし。 2階洋室(3) 横き3/1000。その他の部屋1/1000以下。 | | |

住宅状況調査の報告書（一部）

○事業用建築物の新築・メンテナンス実績

事業用建築物の新築やメンテナンスを請け負っているため、**ビルや店舗・工場や倉庫等の建築物についても詳細な構造や劣化しやすい部位等を理解**している。

○公共工事格付けにおける評価

既存事業で公共工事（病院、学校等）を行なっているが、**建設許可を得るためには施工管理技師等の有資格者数と工事实績による行われる点数付けでランクを獲得する必要がある**。当社は一級建築施工管理技士を8名有しており、豊橋市における建設工事業者格付けは最高の**Aランク**となっている。

○経営者コミュニティの人脈

地元中小企業の経営者コミュニティに所属しており、コミュニティに参加している**300人**ほどの事業者と繋がりがあがる。

○IKKO NEWSでのつながり

地元会合等で名刺を交換した**350人**ほどの事業者に対して「IKKO NEWS」というニュースレターを毎月配信している。（右写真）

IKKO NEWS 2022.5 No.58
料金後納
抑留メール

一幸建設 SDGs宣言 達成に向けての取り組み③
世界情勢の混乱により物価上昇の危機感が増す中、建築資材にも影響が及んでいます。価格高騰や供給不足による工事の遅延や引渡し遅れ、予算や納期との関係で仕舞やグレード変更を余儀なくされるなど、消費者への影響も出始めています。先月辺りから各資材メーカーが一斉に10%~20%以上の値上げに踏み切りました。資材調達網や資本力によって差がありますが、弊社の取引先住宅メーカーや大手ゼネコンでも、企業努力だけでは限界にきており、やむを得ない面ですが、契約金額や販売価格に転嫁せざるを得ず、お客様との予算や工期などの合意が得られず、失注や延期もしくは計画事項が中止になるといったような事態も起き始めています。世界情勢の変化によって供給連鎖（サプライチェーン）を見直す動きが建築業界にも及んでいます。

目標12「つくる責任、つかう責任」の取り組み内容
持続可能な方法で、消費と生産の2つを確保する

資材高騰、また円安によって、建設費への影響が増す中、中古物件市場の関心が高まっています。中古住宅やマンション、商業施設でも動きが活発です。リフォームや増改築などは、既存建物(躯体)を利用する分、木材、鉄骨、コンクリートなどの資材コストを抑えたいというニーズは当然です。多くの資材や工法は、必要とする建設事業において既存物件の再利用（リユース・リデュース）に取り組む事は、環境負荷の低減につながるという事は言うまでもありません。但し、条件に見合う物件を探す手間や経費（事前の建物状況調査、耐震補強や解体工事などの付帯工事）、また廃棄の処理においても、相対した資材コストを上回る費用がかかることがあります。既存物件の再利用を行うためには、建物状況調査（インスペクション）が不可欠です。また、単なるお色直しではなく、長く快適に利用するためには、建物の性能を向上させなければなりません。弊社でもその様な相談を頂くケースが増えています。

住宅だけでなく公共建築物の大規模改修工事など、豊富な実績を持つ会社として、既存物件の再利用を積極的につなごう。問題解決の実現に向けて取り組んでいます。

地元密着 三河での不動産と建築のこころを大切にしながら、リフォームでもお気軽にご相談下さい！
※ニュースレターがご不要な場合はお手数ですが0532-46-9336まで

一幸建設株式会社 〒441-8071 豊橋市大山西字西大52番地 https://ikko-group.jp/

●機会

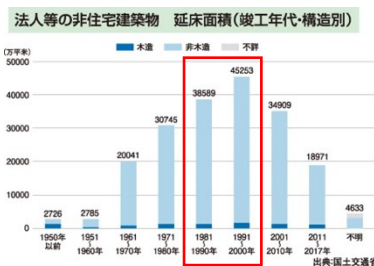
○国の ZEB 推進（ZEB・・・省エネ化された事業用の建築物のこと。詳細は後述）

地球温暖化対策のため、国は2020年10月に「2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにし、**脱炭素社会**を目指す」ことを宣言し、事業用建築物（事務所ビル、商業施設等）においてCO2排出量を2013年度比で51%削減するという目標を設定している。

それに伴い、**建物を省エネ化（ZEB化）にする取組に対し、各種補助金制度・支援制度**を設けている。

○事業用建築物のリフォーム需要増

国土交通省によると、法人等の非住宅建築物（事業用建築物）の竣工面積は1991~2000年が第一位、1981~1990年が第二位となっている。**今後10年の間に築30~40年を迎え、耐用年数を迎える建物が増えることから、リフォーム需要が増えていくことが予想される。**



| 用途 | 木造 | 鉄骨造 | RC造 |
|-------|-----|-----|-----|
| 事務所 | 24年 | 38年 | 50年 |
| 店舗 | 22年 | 34年 | 39年 |
| 工場・倉庫 | 15年 | 31年 | 38年 |

○地域に ZEB 化リフォームに取り組む事業者がいない

地域に「既存建物の ZEB 化リフォーム」を提供している建設業者がまだいない。

○知り合いの事業者のニーズ

地元会合等で名刺を交換した事業者の中から、3 件ほど「国の補助金を利用した ZEB 化リフォームに興味がある」という相談を受けている。

●弱み

○売上高における新築工事割合の高さ

新築の施工に売上の 80%以上が依存しているため、資材高騰やエネルギーコスト高騰などの世の中の情勢の変化の煽りを受けやすい。

○自社での集客力

現在、売上の 85%の「一般工事請負業」は取引先からの受注であり、自社直接でエンドユーザーに向けた集客は行なっていないため、自社で顧客を獲得する際の営業力、集客力に課題がある。

●脅威

○下記「コロナによる業界の影響」「原油・物価高騰等の経済環境の変化による業界の影響」を参照。

■コロナによる業界の影響

・コロナ禍においてサプライチェーンが鈍化したこと、アメリカで住宅ローン金利が下がり住宅ブームが起きたことにより木材需要が急増したことを受け、木材価格が高騰（ウッドショック）している。

・巣ごもりでパソコンやスマートフォン・テレビの需要が増加したこと、コロナにより半導体の材料を製造する工場が停止したこと等の影響を受け、世界的な半導体不足が発生している。

・半導体不足の影響により、給湯器やトイレ、システムキッチン、ユニットバス等の住宅設備の価格高騰が発生している。

■原油・物価高騰等の経済環境の変化による業界の影響

・ガソリン代や電気料金が高騰し、資材運搬のための運送費、資材加工時の電気代等のコストが上昇している。

・ガラスや木材等の建築資材は輸入割合が高いため、円安の影響により価格が高騰している。

■当社への影響

| 経営状況（単位：円） | 2020年3月期 | 2021年3月期 | 2022年3月期 |
|------------|----------|----------|----------|
| 売上高 | | | |
| 原価 | | | |
| 粗利率 | | | |
| 販管費 | | | |
| 営業利益 | | | |

・コロナで売り上げが減少した 2021 年 3 月期と比べると 2022 年 3 月期の売上は回復したものの、資材価格の高騰やエネルギー価格高騰の煽りを受け、粗利率が減少し続けている。

・売上高を確保するため利益率の低い公共工事や民間競争入札工事を積極的に受注し、資材高騰や納期遅延リスクに対応するために先行して資材・工事等の発注を行う等、社員・協力業者一丸となった取組により 2022 年 3 月期の営業利益はなんとかプラスで着地している。しかしこれらの対策も限界に来ており、先行きが見えない状況である。

・資材価格・エネルギー価格はコロナ前に比べ 1~3 割ほど上昇して高止まりしている。工事の見積もり額にもコスト高騰を転嫁せざるを得ず、当期（2023 年 3 月期）は新築計画の規模縮小、延期・中止となるケースが増えており、売上高の確保も難しくなっている。

・主要取引先の住宅メーカーも 2023 年明けから販売価格の値上げを決定している。また、新築住宅販売数は前年比からの減少を既に見込んでおり、当社への工事発注減少も避けられない状況にある。

■ 事業再構築の必要性・緊要性

- ・上述の通り、資材価格やエネルギー価格の高騰により利益の確保のみならず、売上の確保も難しくなりつつある状況である。
- ・利益率の高い新事業を行うことにより、売上高を確保しつつ粗利率を回復させていくことが急務である。
- ・現在自社の売上高の 80%以上は新築工事によるものであるが、リフォームであれば既存の建物を利用する分、木材・鉄骨・コンクリート等の資材コストや運送費等のエネルギーコストを抑えられ、粗利を確保しやすい。
- ・既存事業で住宅の省エネ化リフォームは行なったことがあるが、事業用建築物の省エネ化リフォームは行っていない。
- ・そこで、大胆な事業の再構築を行い、新事業として「事業用建築物のリフォーム」を行っていく。
- ・単に劣化した建物を修繕するためのリフォームだけではなく、建物の省エネ化を実現する「ZEB 化リフォーム」を行い、自社で企画・設計もしていくことで、高付加価値なサービスとして単価を上げ、利益を確保していく。

■ 新事業の概要

新事業として、事業用建築物（事務所ビル、店舗、工場、倉庫等）の

- ①建物状況調査、リフォームの企画・設計
- ②長寿命化リフォーム
- ③省エネ化（ZEB 化）リフォーム

を行い、劣化した建物の「長寿命化+省エネ性能向上」を実現するサービスを提供する。

既存事業との比較は以下。

| | 新事業 | 既存事業① 一般工事請負業 | 既存事業② 住宅リフォーム事業 |
|--------|--|--|----------------------------------|
| 対象建築物 | ・事業用建築物 | ・住宅 ・事業用建築物 | ・住宅 |
| サービス内容 | ・企画・設計・建物状況調査 ・長寿命化リフォーム ・省エネ化(ZEB 化)リフォーム | ・工事のみの受注（企画・設計・建物調査はしない） ・主に新築工事（80%以上） | 住宅リフォーム |
| 集客経路 | 自社集客 | 取引先からの受注 | 自社集客 |
| 顧客 | 「リフォームにより建物の長寿命化・省エネ化を実現したい」という企業 | 事業主・元請け（ハウスメーカー、ゼネコン、不動産デベロッパー等）から受注 | 「自宅をリフォームしたい」という需要のある、マイホームを持つ世帯 |

■ 事業再構築指針該当性

応募枠：通常枠 累計：新分野展開 補助事業計画名：ZEB 化リフォームによる既存建築物の有効活用事業

○既存事業：建設業－総合工事業－一般土木建築工事業－一般土木建築工事業

○新規事業：学術研究、専門・技術サービス業－土木建築サービス業－建築設計業

| 項目 | 要件 | 内容 |
|-----------|-----------------------|--|
| 製品等の新規性要件 | ① 過去に製造等をした実績がないこと | ・既存事業において、事業用建築物の省エネ化（ZEB 化）リフォームを行なった実績はない。 |
| | ② 製造等に用いる主要な設備を変更すること | ・ZEB 化リフォームの際、高効率空調機や太陽光発電設備を導入するため、サービス提供に用いる主要な設備を変更する。 ・本社社屋をショールームを改修して事業を行うため、サービス提供に用いる主要な設備を変更する。（詳細は後述） |
| | ③ 定量的に性能又は効能が異なること | 企画・設計を含めた ZEB 化リフォーム事業は、既存の工事請負業・住宅リフォームとは異なるサービスであり、定量的に性能又は効能を比較することはできない。 |

| | | |
|----------|----------------------------|--|
| 市場の新規性要件 | 既存製品等と新製品等の代替性が低いこと | <ul style="list-style-type: none"> ・上記「新事業の概要」の「顧客」欄に記載の通り、新事業と既存事業では対象とする顧客が異なり、異なる市場に向けてアプローチをするため代替性はない。 ・むしろ、ZEBの実績が自社の技術力のアピールとなり、既存事業（下請け工事業）の売上が伸びることが見込める。 |
| 売上高10%要件 | 新たな製品等の売上高が総売上高の10%以上となること | 4ヶ年計画終了時に、本補助事業が占める売上高の割合は11.5%となる見込みで、10%以上の要件を満たす。 |

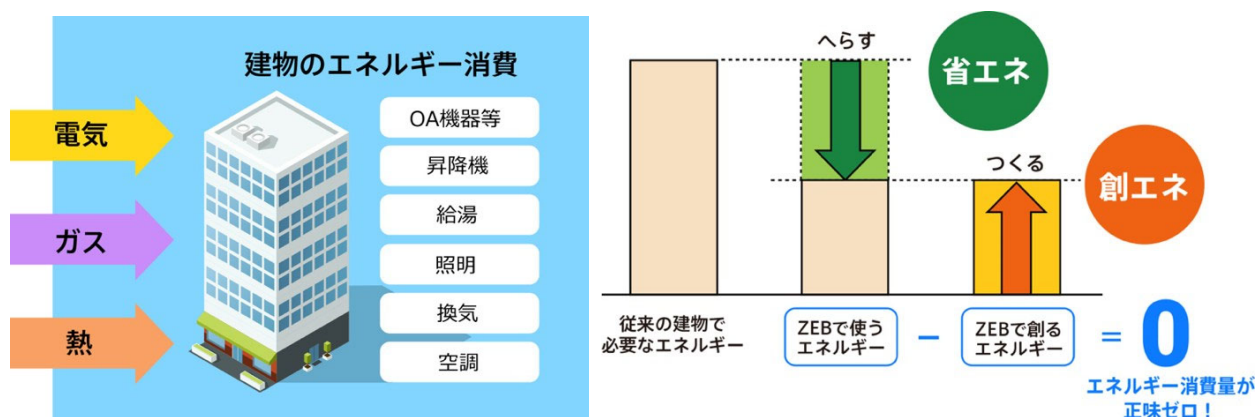
■新規事業比率（単位：千円）

| | 直近実績 (2022年3月期) | 2023年3月期 | 補助事業終了年度 (2024年3月) | 1年後 (2025年3月期) | 2年後 (2026年3月期) | 3年後 (2027年3月期) | 4年後 (2028年3月期) |
|--------|--------------------|----------|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 既存事業 | | | | | | | |
| 新規事業 | | | | | | | |
| 新規事業比率 | | | | | | | |

■ZEBとは

ZEBとは、Net Zero Energy Building(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)の略称である。

事務所や店舗等では、パソコン、電話、コピー機、冷暖房、照明、換気・空調等、様々な形でエネルギーが消費されている。建物で使うエネルギーを削減（省エネ）しつつ、太陽光発電等によりエネルギーを創る（創エネ）ことで、エネルギーの消費量が実質ゼロとなった建物のことをZEBという。（右下図参照）



また、ZEBにはエネルギー削減量に応じて、以下の4段階がある。

| | |
|-------------------------|------------------------------|
| ZEB (ゼブ) | 従来の建物に比べて、エネルギー消費量を100%削減。 |
| Nearly ZEB(ニアリーゼブ) | エネルギー消費量を75%削減。 |
| ZEB Ready(ゼブレディ) | エネルギー消費量を50%削減。（省エネのみ） |
| ZEB Oriented(ゼブオリエンテッド) | 建物の種類ごとに規定されたエネルギー消費量の削減を実現。 |

リフォームでは既存の建物を利用するため、あらかじめ省エネ性能の高い材料で造れる新築に比べて「ZEB」（エネルギー消費量100%削減）実現のハードルが高い。

そのため、新事業では「ZEB Ready」（エネルギー消費量50%削減）の実現を目標としていく。

■ZEB化リフォームのメリット

| | |
|-------------|---|
| ①光熱費の削減 | 省エネ+創エネにより、光熱費削減をすることができる。 |
| ②快適性/生産性の向上 | 室内温度が一定となるため快適に過ごしやすく、社員満足度や業務効率の向上に繋がる。 |
| ③不動産価値の向上 | 不動産の資産価値向上に繋がる。 |
| ④事業継続性の向上 | 災害時等においてもエネルギー自立がしやすく、事業の継続がしやすくなる。 |
| ⑤環境への貢献 | 省エネ・創エネによりCO2削減等の環境貢献に繋がる。 |
| ⑥国の補助金利用 | ZEBの基準を満たした場合、国の補助金による援助を受けることができる。（リフォームにかかった金額の2/3補助） |

■ サービスフロー

① 建物状況調査・企画・設計

リフォームを行うために、事前に下記表にあげられるような**建物状況調査**を実施し、建物の状況に合わせた改修計画の**企画・設計（事業用建築物の ZEB 化コンサルティング）**を行う。

| 建物調査内容 | 詳細 |
|--------------|--|
| 安全・品質基準調査 | 従業員保護のため、建物の 安全性や品質 の調査を行う。 |
| 劣化調査 | 長寿命化のために、建物の 劣化部分 を調査する。 |
| エネルギー効率調査 | 窓、壁、天井、床の断熱性能の測定や、照明や空調の エネルギー効率調査 を行い、省エネ化のために必要な修繕箇所や設備の交換箇所を明確にする。 |
| 調査を踏まえた企画・設計 | <ul style="list-style-type: none"> 事業者様の需要に応じて、建物の耐用年数を踏まえた改修コストや事業収益のバランスを考えた改修計画を策定、提案。 災害時に建物内の資産の損害を最小限に抑え、事業の継続や早期復旧をしやすくするためのマニュアルを作成。（BCP 対策） |

② 建物の長寿命化工事

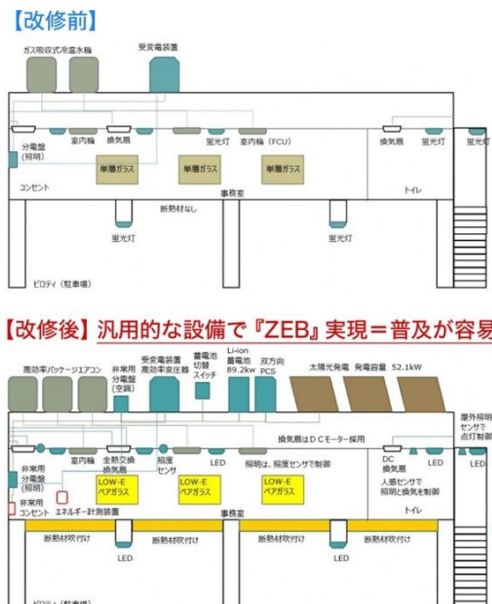
建物の長寿命化をするため、劣化部分を直すだけではなく、**建物の耐久性や性能を引き上げる工事**を行う。主な工事内容は以下。

- ・柱等の劣化の修繕。（鉄筋コンクリートのひび割れに対して、専用の樹脂を注入して補修する等）
- ・壁や床などを耐久性の優れたものにする。（劣化に強い塗装をする、防水材に取り替える等）
- ・水道、電気、ガス管等の交換

③ ZEB 化リフォーム

以下のような施工を行い、建物の省エネ+創エネを実現する。

| | |
|-----|---|
| 省エネ | <ul style="list-style-type: none"> ・床・外壁・屋根等の室内と屋外の境界となる部分について、断熱性能が高い素材への張り替えや、断熱材の吹きつけを行い、外気の影響を受けづらくする。（外皮断熱） ・窓ガラスを二重構造ガラスに交換したり、内窓を取り付けることにより、窓の断熱性を高める。 ・これにより、建物内の気温が一定に保たれやすくなり、冷暖房によるエネルギー消費を減らすことができる。 ・エネルギー効率のよいエアコンや空調システム、給湯器を取り入れたり、照明を LED 照明に交換することにより、建物内のエネルギー消費量を大幅に削減する。（高効率設備の導入） ・新築に導入される設備は、将来の使用実態が分からないことから、本来必要とされる設備の能力（容量）に対して余裕を見込んだ過大な容量の機器が選定されている場合が多い。そこで、これまでの使用実態やエネルギー消費量に基づいて設備容量が小さい機器に更新することで、エネルギー消費量（ランニングコスト）の削減をする。（適切なダウンサイジング） |
| 創エネ | 太陽光発電パネルの設置、蓄電池 の取り入れ等を行い、建物内でエネルギーを創り出す。 |



実際の ZEB 化リフォームの事例

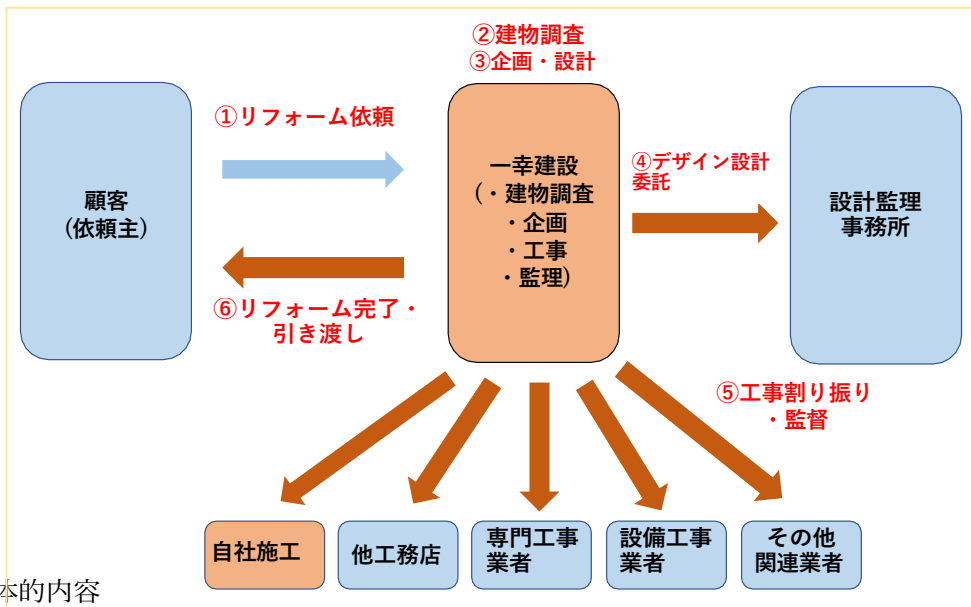
■ サービス価格

建物の規模や ZEB 化に必要な改修の範囲により異なるが、平均 ■■■■ 万円での受注を想定。

例) 3 階建てビルの ZEB 化改修にかかる費用概算

| | | | | |
|------|-------------------|--------|------------|------|
| 建物調査 | 企画・設計(ZEB 化コンサル費) | 長寿命化工事 | ZEB 化リフォーム | 合計 |
| ■■■■ | ■■■■ | ■■■■ | ■■■■ | ■■■■ |

■ ビジネスモデル図



■ 新事業の具体的内容

● 商圏

本社から半径 30km 以内（豊橋市中心）

● 想定顧客

事業所を保有しており、「建物の環境性能を向上させたい」「エネルギーコストを削減し、長期目線での事業計画を立てたい」等のニーズを持つ企業（従業員数 50 人以下の中小企業、個人を想定。）

● 新事業に係る投資（本社ビルの ZEB 化リフォームモデルケース化）

一幸建設の本社ビルに ZEB 化リフォームを施し、新事業のサービス内容を顧客に理解してもらうためのモデルケース兼ショールームとして利用する。現在会議・打ち合わせスペースとなっている 2 階部分をショールームに改装する。

○ 本社ビルの ZEB 化リフォームが必要な理由

事業を行っていない他の中古ビルを購入して ZEB 化リフォームのモデルケース・ショールームとして用いることも考えたが、以下の理由により本社ビルをモデルケースとすることが必要であると判断している。

| | 本社ビルの場合 | 中古ビルの場合 |
|--------------|---|---|
| 快適性の比較 | 社員満足度や業務効率が向上したかのデータを取って顧客に示すことができる。 | 事業を行っていないため、社員満足度や業務効率のデータを取ることができない。 |
| エネルギーコストの比較 | 光熱費がどの程度削減したかのデータを取り、顧客に示す事例とできる。 | 事業を行っていないため、光熱費の削減度合いのデータを取ることができない。 |
| リフォーム工程の説得性 | 「ワンフロア、ツーフロアずつリフォームすることで、事業を継続しながらも建物全体をリフォームできる」という事例を示せる。 | 事業を行っていないため、事業を継続しながら建物全体をリフォームできるという事例を作れない。 |
| リフォーム過程の動画制作 | リフォーム過程の 1 つ 1 つ動画にすることで、リフォーム開始～完了までのイメージを伝えることができる。 | 事業を行っていないため、事業をしている建物でリフォームを進める際のイメージを伝えづらい。 |

○ショールームの機能

| | |
|-----------------|--|
| 動画と実際の建物との比較 | 建物調査⇒長寿命化工事⇒ZEB 化リフォームまで、 リフォームの過程を全て納めた動画を見せながら、実際の建物と比較してもらう ことで、 リフォームの具体的なイメージを掴んでもらう 。 |
| ZEB 化に必要な技術の説明 | <ul style="list-style-type: none"> ・ショールームの壁は一部を完成させずに断面を見れる状態で残しておき、断熱性を高める素材や技術への理解を深めてもらう。 ・模型やパネルを設置し、天井裏、床下の断熱の仕組みについて解説する。 ・省エネ化のために必要な高効率空調機、高効率換気設備や断熱窓等も実物を見ながら理解を深めてもらう。 |
| データの共有・シミュレーション | <ul style="list-style-type: none"> ・社員満足度や業務効率の変化、光熱費の変化等について、実際に本社で取ったデータを共有しながら解説。 ・リフォーム費用に対し、建物の長寿命化・快適性やエネルギーコスト削減による事業収益の向上がどの程度あるのかをシミュレーション。(費用対効果の解説) |



ショールームイメージ

※あくまで、ZEB 化の訴求を行うための建物であり、**あえて一部未完成の部分を残す**ことで ZEB 化リフォームの過程をより理解してもらいやすくするため、**ZEB の認証取得自体を目的としない**。

●既存事業の強みの活かし方

○技術力のある大工の多さ

リフォームは新築に比べて既存の建物状況に対して臨機応変に工事を行うため、マニュアル化しづらく、**大工に求められる技術のレベルが高い**。また、**施工工程の管理もマニュアル化しづらい**リフォームの方が難易度が高くなるため、**当社の大工、管理者の技術の高さ**が活かされる。当社では従業員の技術力を活かし、**企画・設計・建物調査・工事**をワンストップで提供する。

○「建物状況調査」の実績 / ○事業用建築物の新築・メンテナンス実績

事業用建築物を ZEB 化リフォームするためには

①既存建物の**劣化部分の調査**

②既存建物の床や壁の**断熱性能**や、給湯器や空調機等の設備の**エネルギー効率**を調査

が必要である。当社は

- ・事業用建築物の新築・メンテナンスを行ってきた実績があり、**建物の構造をよく理解している**
- ・「住宅状況調査」を行ってきたことから**建物状況調査の進め方を理解している**

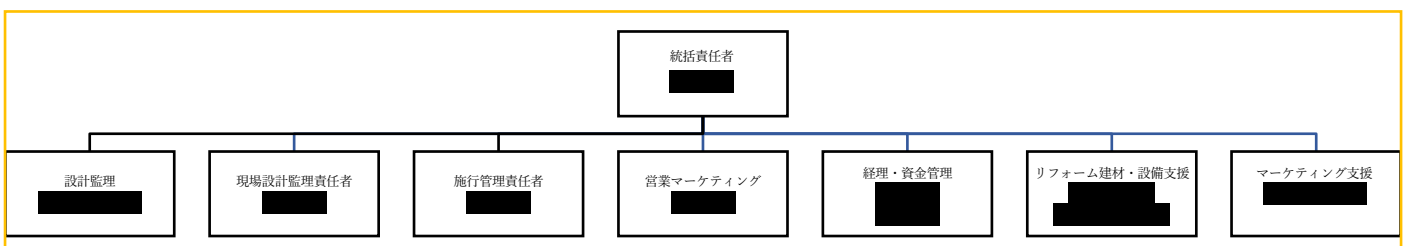
点から、**事業用建築物の調査についても効率良く進めることが可能である**。

○公共工事格付けにおける最高評価

当社は公共工事の受注範囲について最高ランクの A ランク評価を受けており、実績を示すことで、今後**公共施設の ZEB 化リフォーム (病院や学校等) も受注できる可能性**がある。

■実施体制

実施体制は下記の通り。既存事業の新築受注数が減少してきており、主要取引先である住友林業からも来季の新築着工数は減少すると言われていたため、**既存事業の業務に空きが出た部分的人的リソースを新事業にシフトし、選択と集中によりリソースの最適化**を図る。新事業が軌道に乗るにつれ新たな人員を採用していく。





■ 投資計画【単位：円】

| 投資予定内容 | 資産性 | 発注先（予定） | 概算金額（税抜） |
|---------------------|-----|---------|----------|
| ■ 自社モデルルーム建設費用 | ○ | | |
| 建築物状況調査・報告書の作成 | | | |
| 設計監理費 | | | |
| 構造躯体劣化・長寿命化対策工事費 | | | |
| 省エネ（外皮断熱・日射遮蔽）改修工事費 | | | |
| 省エネ（設備）改修工事費 | | | |
| 自社モデルルーム建設費用合計 | | | |
| ■ HP改修費 | ○ | | |
| ■ チラシ、販促ツール制作費 | | | |
| ■ 社員研修費用 | | | |
| ■ コンサルティング費用 | | | |
| 全体合計 | | | |

○ 自社モデルルーム建設費用

必要理由については上記「新事業に係る投資」を参照。

○ HP 改修費

新事業用に HP 改修を依頼する。新事業の ZEB 化リフォームの概要と、本社ビルのリフォーム過程の動画を掲載する。

2. 将来の展望(事業化に向けて想定している市場および期待される効果)

●商圏

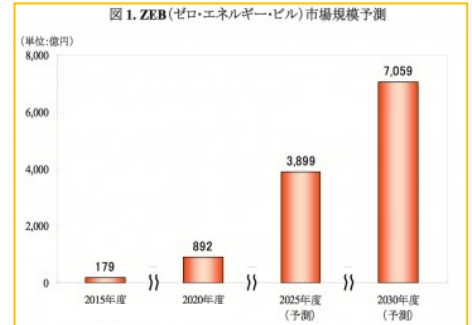
本社から 30km 圏内の地域（豊橋市中心）

●想定ユーザー

事業所を保有しており、「建物の環境性能を向上させたい」「エネルギーコストを削減し、長期目線での事業計画を立てたい」等のニーズを持つ事業主（従業員数 50 人以下の中小企業、個人を想定。）

●市場ニーズ

経済産業省、国土交通省、環境省は合同で建築物において省エネ・省CO2 対策の取り組みを行なっている。2030 年度には新築建築物の平均を ZEB にするという目標を定めており、矢野経済研究所の調査によると ZEB 市場の規模は 2030 年度には 7059 億円にまで拡大すると予測されている。そのため、**十分な市場ニーズ**があることが見込まれる。



●市場規模

・令和 3 年度の経済センサスの調査結果によると、豊橋市における事業所数は 16651 事業所、全国の従業員 50 人以下の法人割合は 94.3%である。このことから、豊橋市における従業員 50 人以下の事業所数は **15701 事業所**と想定。

・商圏リサーチにおいて今後 10 年間の間に事務所や店舗のリフォームが必要になる事業者の割合が 60%ほどであったことから、**豊橋市全体においても全体の 60%の事業所が今後 10 年間の間にリフォームをすると想定する。**

・そのうち 5%の事業所が ZEB 化リフォームをすると仮定し、今後 10 年間に豊橋市で ZEB 化リフォームをする事業所数を計算すると、 $15701 \times 60\% \times 5\% = 471$ 事業所となる。

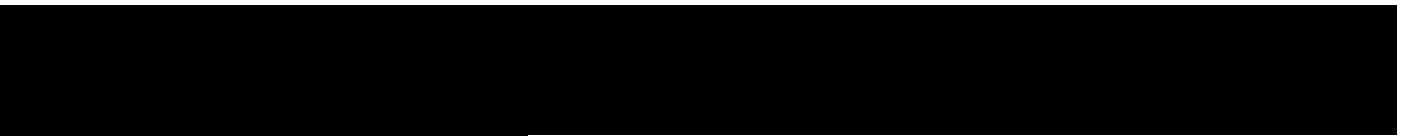
・上記より**年間平均 47 事業所**が ZEB 化リフォームを行うことになる。

・1件あたりの平均単価が [] であったとすると、市場規模は [] となる。

・当社における4年後の新事業売上目標は上記市場規模の**10.2%**であり、十分に達成可能な数字となっている。

(最終的に豊橋市における ZEB 化リフォーム**シェア率 50%**を目指していく)

●他社と比較した場合の価格格的・性能的な優位性・収益性



| | 一幸建設 | [Redacted] | [Redacted] |
|--------|--|---|---|
| 価格格的比較 | 企画・設計⇒建物調査⇒工事をワンストップで行えるため、他社より有利な価格を提示しやすい。 [Redacted] | ・集客や企画・設計をメインに行なっているため、建物調査・工事は外注をする必要があり、割高になることが想定される。 | ・集客や企画・設計をメインに行うため、建物調査・工事は外注 ・人件費や広告宣伝費に多額をかけているため、割高になりやすい。 |
| 性能的比較 | ・自社で建物調査・工事を行うため、リフォームの質が安定しやすい。 ・自社で建物状況調査を行いノウハウを貯めていくことで、より精度の高い建物状況調査や効率的な工事計画の提案ができるようになる。 | ・建物調査・工事は外注するため、下請けの質にリフォームの質も左右される。 ・建物状況調査や現場での工事のノウハウが貯まりづらい。 | ・建物調査・工事は外注するため、下請けの質にリフォームの質も左右される。 ・建物状況調査や現場での工事のノウハウが貯まりづらい。 |

●課題やリスク・解決方法

| 課題・リスク | 解決方法 |
|--|--|
| ZEB 化リフォームの事例がまだまだ少なく、必要性が認知されにくい。 | 本社ビルを ZEB 化リフォームのモデルケースとすることで、顧客に説得力のある訴求を行なっていく。 |
| 既存事業は下請けや工事のみ請負が主であるため、自社での集客や営業の経験が少ない。 | 建設業の web マーケティング [] コンサルを受けて本社ビルの事例を発信していく。また、ZEB の実績が豊富な加藤設計と共に ZEB 化リフォームの提案技術を磨いていく。 |
| 地方から人材が流出しており、新事業のための人材の確保が課題となっている。 | ZEB 化リフォームの実績を作り、他社では身につけられないノウハウを身につけられることを発信することで人材の採用に繋げる。 |
| コロナや原油物価高騰の影響によるサプライチェーンの変化で、資材供給が安定的に得られないリスクがある。 | 建物状況調査を丁寧に行い、既存建物の利用できる部分を最大限利用することで、必要となる新たな資材を少なくする。 |

●既存事業・新規事業の相乗効果

- ・全国的にも ZEB 化リフォームを行なっている業者は少ないため、既存事業においても元請けに対して技術力のある建設会社というアピールがしやすくなり、案件の受注数上昇や単価上昇が期待できる。
- ・「物件の購入後に ZEB 化リフォームができる」という付加価値をつけることにより、自社で管理している物件の売れ行きが良くなり、不動産仲介業の売上高が上昇することを見込める。

●地域貢献

- ・新事業が軌道に乗るにつれて新たな人員を雇っていき、地域の雇用創出に貢献する。豊橋市から都市部に出稼ぎ行く職人も多い中、地元の職人の食いぶちを作っていく。
- ・ZEB 化リフォームによりエネルギーコストの削減と生産性の向上に繋げ、地元企業に貢献する。
- ・自社で集客をして既存物件のリフォームをすることにより、都市部に本社がある大手の下請けで工事を受注するのに比べて地域にお金を落とすことができ、地方経済の活性化に貢献する。
- ・地域の建物の環境性能を向上させ、魅力的な街づくりに貢献する。

●デジタル技術の活用

- ・リフォーム後の事業用建築物の仕上がりのイメージ（外装、内装）を、VR を用いてシミュレーションを行うことにより、図面だけではわかりにくい空間構成や空気感のイメージを伝える。
- ・建物状況調査を行う際、一部を顧客から送ってもらった写真や動画で判断する仕組みをすることにより、顧客に取ってはコストダウン、当社にとっては手間の削減に繋げる。（リモートでの建物状況調査の導入）
- ・ショールームでの打ち合わせは 1 回のみとし、その後の打ち合わせはオンラインで行うことにより顧客の手間を削減し、満足度の上昇に繋げる。（リモート打ち合わせ）

●SDGs への貢献

- ・まだ認知度が低く実例も少ない ZEB 化リフォームを行い、広めることにより、国の目標である「2050 年カーボンニュートラル」に微力ながら貢献する。
- ・既存建築物を取り壊して新築を立てるのではなく、既存の建物をできる限り利用することにより、「つくる責任 つかう責任」の SDGs 目標に貢献する。
- ・既存の建物の有効利用により、「空き家問題」の解決にも貢献していく。
- ・建物状況調査で性能を正確に把握することにより、既存建築物で残せる部分はできるだけ残しつつ、効率良く性能の低い部分を補っていく。無駄な廃棄をなくし、環境に優しいリフォームを行なっていく。

●複数事業者の連携

[] マーケティング支援、[] 新事業におけるリフォームの設計や社員研修を依頼するなど、複数の事業者と連携しながら取り組んでいく。

●ポストコロナ・ウィズコロナ時代の経済社会の変化に対応した、感染症等に強い事業とするための施策「デジタル技術の活用」で記載した「リモートでの建物状況調査の導入」「リモート打ち合わせ」を行うことにより、ポストコロナ・ウィズコロナ時代に対応した感染症等に強い事業としていく。

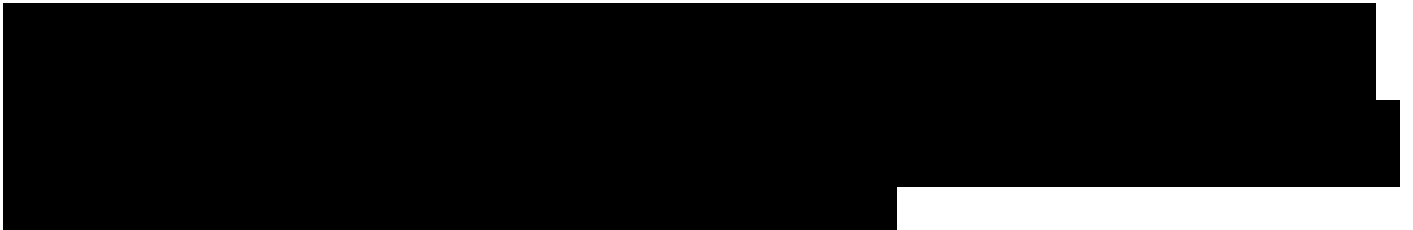
3：本事業で取得する主な資産

■設備投資

上述した「■投資計画」参照

4：収益計画

■資金調達方法



■数値計画（単位：千円）

| | 直近実績 (2022年3月期) | 2023年3月期 | 補助事業終了年 度(2024年3月) | 1年後 (2025年3月期) | 2年後 (2026年3月期) | 3年後 (2027年3月期) | 4年後 (2028年3月期) |
|-----------------------|--------------------|----------|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 売上原価 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 売上総利益 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 販売費一般管理費 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 営業利益 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 経常利益 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 人件費 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 減価償却費 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 付加価値額 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 伸び率 | / | / | / | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 従業員数(役員含む) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 従業員1人あたり付 加価値額 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 従業員1人あたり付 加価値額 伸び率 | / | / | / | ■ | ■ | ■ | ■ |

■数値算出根拠（単位：千円）

●既存事業

○売上

新築がメインである一般工事請負業は徐々に減少予想。住宅リフォーム事業や不動産仲介業は徐々に増加予想で算出している。

| | 直近実績 | 2023年3月期 | 補助事業終了 年度 | 1年後 | 2年後 | 3年後 | 4年後 |
|-----------|------|----------|--------------|-----|-----|-----|-----|
| 一般工事請負工事業 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 住宅リフォーム事業 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 不動産仲介業 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| エネルギー事業 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 計 | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |

●新事業

○売上

1 件あたりのリフォーム平均単価はスタート期は [] 実績を積むことで徐々に大型の案件も受注するようになることを想定し、3 年後からは [] として想定している。（単価内訳は、上述の「サービス価格」参照。

建設業界中小企業専門の経営コンサルティング会社である [] によると、チラシ・SNS による販促や既存顧客への訴求により、1 年目で年間 2 件、5 年目には年間 10 件ほどの問い合わせが見込まれるという。モデルルームを用いたリフォーム提案により、成約率 40~50%を見込み、下記の案件受注数の仮定で試算している。

| | 補助事業終了年度 | 1年後 | 2年後 | 3年後 | 4年後 |
|----------|----------|-----|-----|-----|-----|
| リフォーム受注数 | [] | [] | [] | [] | [] |
| 単価 | [] | [] | [] | [] | [] |
| 合計売上高 | [] | [] | [] | [] | [] |

○原価

原価は売上の 75%を想定。

○販管費

工事の際の外注費・建設資材や運搬費等は原価に含めるため、新事業における主な販管費は人件費、広告宣伝費、減価償却費となる。人件費については新事業用の人員を 4 年後までに 3 名増やすことを想定。広告宣伝費、減価償却費は上述の「投資計画」を参照しつつ算出した。

| | 補助事業終了年度 | 1年後 | 2年後 | 3年後 | 4年後 |
|------------|----------|-----|-----|-----|-----|
| 人件費 | [] | [] | [] | [] | [] |
| 広告宣伝費 | [] | [] | [] | [] | [] |
| 減価償却費 | [] | [] | [] | [] | [] |
| 研修費 | [] | [] | [] | [] | [] |
| 外注費（コンサル料） | [] | [] | [] | [] | [] |
| 合計 | [] | [] | [] | [] | [] |

■最後に

地方建設業は前述してきた様に、コロナに端を発した資材高騰、人口減少による新設住宅着工戸数の減少、職人の人材不足など、多くの課題に直面しています。

これまで我々の業界は拡大一辺倒で未開地開発や新築事業、資材を大量に消費し、既存建築を取り壊しての新築量産により市場規模を維持・拡大してきました。我々、地方建設業もその下請けとして恩恵にあずかってきたわけですが、その事業モデルには既に限界が生じていると感じています。

高度経済成長期を終え、人口減少に向かって行くなかで、多くの資源エネルギー（人・物・金）が必要な新設事業モデルから、事業用建築物のリサイクル『ZEB 化リフォームによる既存建築物の有効活用事業』事業へと転換することが地方建設業の生き残る道であり、また地域経済のインフラ整備の維持に持続可能なカタチで貢献できる事業だと考えています。

また地域の環境や風土、防災的な見地、資産的価値や市場性を見極めなど、地道なネットワークを構築し、地域に根差し共に歩む当社こそが本事業の担い手であると信じています。