

SIパートナー企業様 限定
第3回 WEBセミナー

DIRECT JOINT

積水ハウスの開発者に聴く 耐震技術の伝え方

DJ構法の訴求ポイント

2026年 7月10日（金） 10:00～11:30

参加費：無料

後日ZOOMの参加URLをお送りします。

キャスター



鷺原 正義

TLM関西の
企画責任者
一級建築士

積水ハウス株式会社
経営戦略本部
戸建事業戦略部
SI戦略室

テクニカルゲスト



樋口 雅信

シャーウッドや
DJ構法の開発者
一級建築士

積水ハウス株式会社
経営戦略本部
戸建事業戦略部
SI戦略室

セミナーのテーマとして要望の高かった「DJ構法の訴求方法」について、6月末に登場する新規要素も踏まえて詳しく紹介します。

来場成約率の高い積水ハウスのTomorrow's Life Museum関西の企画責任者に加え、シャーウッドやDJ構法の開発者が登壇し、在来木造との差別化のポイントや積水ハウス流の訴求力向上方法も紹介しますので、是非ご視聴下さい。

予告 | 秋には、JSKによる住宅市場に関するセミナーを開催予定です。

お申込みはこちら



又は二次元コードから

お申込み期限
7月3日（金）まで

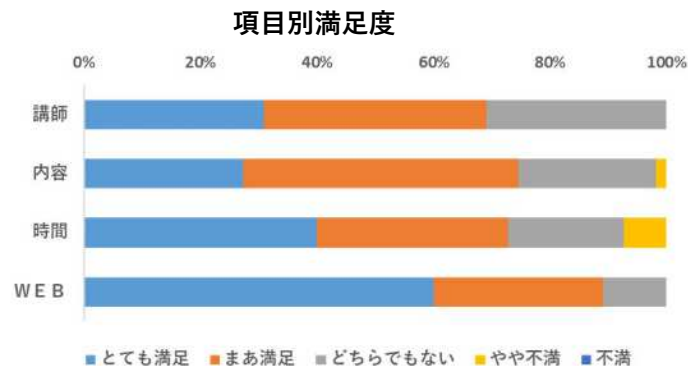
テーマ TLM『小林さんち』のバックデータから読み解く「ワイドリビングがもたらす幸せな住まい」

▶全体的な傾向

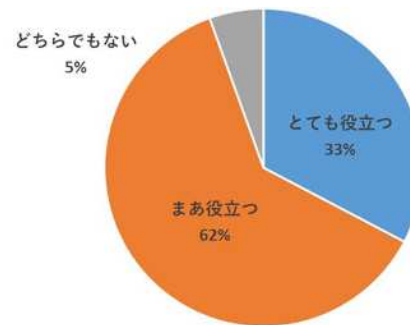
満足度は概ね高く、「4～5」の評価が中心。実務に役立つという評価も非常に高い。特に「ワイドリビング」「大空間」「余白提案」などの営業トークに直結する内容が好評。データ・エビデンスに基づいた説明が、他社との差別化や説得力向上に寄与する点が評価された。一方で、「講師の話し方（抑揚・声量）」「事例・ボリューム不足」「時間配分」に関する改善要望が一定数あり。

4.02

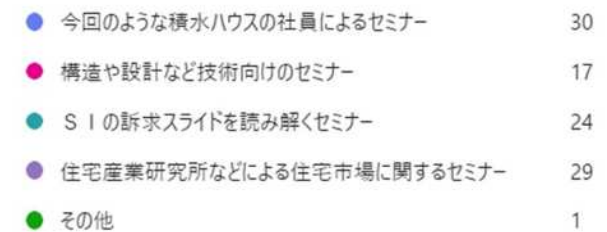
平均評価



お役立ち度



今後、参加したいセミナー



次回、7月にS I 訴求セミナーを開催、
秋にはJ S Kセミナーを開催予定です。

1. 営業職（一般～管理職）

評価ポイント：ワイドリビング・大空間など、**営業トークに直結する内容**が好評。暮らし方やライフスタイル提案として、商談に活かしやすい。

「余白」「可変性」など、訴求できる切り口が増えた。

要望・改善点：具体的な事例やストーリーをもっと知りたい。

話し方（抑揚・テンポ）によって理解しやすい場面があった。

もう少し深掘りして聞きたい（ボリューム不足）

2. 設計・技術職

評価ポイント：大開口・大空間の構造的な裏付けが理解できた。

エビデンスにより、説明の説得力が高まると評価。

設計意図を言語化するヒントが得られた。

要望・改善点：構造や技術面をさらに深く扱ってほしい。

地域条件（多雪など）を踏まえた提案事例が不足。

SIの優位性をより明確に整理してほしい。

3. 商品企画・開発・マーケティング職

評価ポイント：生活者データが商品企画に活かせる内容だった。

「余白」やライフステージ変化など、新しい視点を獲得。

モデルハウスや販促の具体的なヒントが得られた。

要望・改善点：データや資料の共有ニーズが高い。

成功事例や実運用の具体例を増やしてほしい。

4. 管理職（部長・本部長・役員等）

評価ポイント：SI事業の背景理解が、自社戦略の見直しにつながる。

提案とマーケティングの一貫した考え方が参考になった。

エビデンスを活用した提案が、組織力向上に寄与すると評価。

要望・改善点：要点が一目で分かる整理（まとめ）の強化。

質疑応答などの双方向性の向上。
現場で使える形への具体的な落とし込み。

【受講者からの質問】

①大開口による影響についてご説明いただきましたが、この場合外部空間の影響などはございますでしょうか。※隣地の場合・中庭の場合 等々

→大開口については、「自然と繋がる」という目的を果たすためのひとつの手段として採用いただくと、心地よさ向上の効果を期待できます。「自然」といっても大げさなものではなく、植栽が見える、空が見える、風を感じるといった身近なものです。逆に大開口を設置したけれども隣家の給湯器や勝手口が見える、というのでは効果が期待できませんので、視線の制御や外構植栽の計画が重要となります。

②リビングの余白の活用はお客様の趣味などに応じて提案すると思いますが、採用された事例集など共有は可能ですか。

→積水ハウスのファミリースイート（大空間のLDK）の実例は、積水ハウスの[公式HP](#)で公開しています。是非ご覧ください。
また、今後DJ構法の物件でワイドリビングの事例が全国に広まってくれば、パートナー企業様と共同の実例集やインスタ展開等も検討してまいります。

③貴社の設計で、「内と外のつながり」についてどの物件を拝見しても素晴らしいと感じます。具体的なデザインコードなどありますか。

→設計力のボトムアップの為のデザインコードがございます。また、基礎的な設計ガイドラインによる若手の育成や、社内外の設計コンペ、自己研鑽の場の提供によるトップアップ等、様々な面から設計力の向上に努めております。

自由記入（生の声）

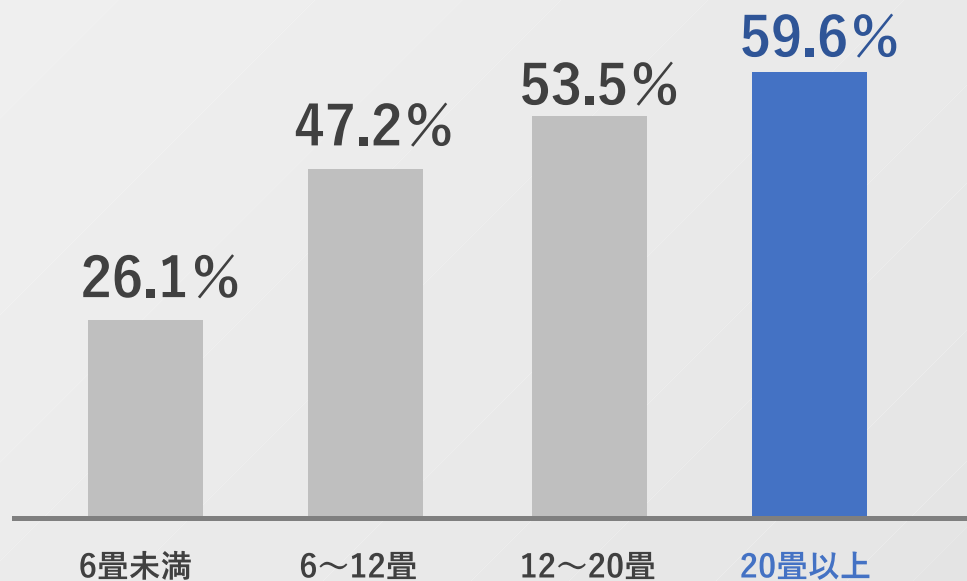
- ・ワイドリビングや大開口のメリットを感覚値ではなく、根拠（エビデンス）に基づいてご説明頂いた事でお客様への訴求がしやすくなりました。
- ・開発背景を知ることは提案に直結する。
- ・キーワードを用いた営業トークの引き出しが増えた。
- ・リビングの余白について説得力のある理由がわかった
- ・大空間は魅力的だが、平屋の場合、SIでなくても構造計算で大空間が他社でも作れてしまう SIの良さをもう少し簡易的にお客様に訴求できると尚良い。
- ・LDL発想からの脱却についてのお話しが特によかった。
- ・興味深い内容が多かったなので、もう少しボリュームを増やして詳しく聞きたいと思いました。
- ・もう少し質問を考える時間が欲しかった セミナー終了後に、「3分後に質問を受付ます」などの告知をし、3分程度の間にアンケートの依頼やお知らせを挟み、質問受付というのはいかがでしょうか

積水ハウスの調査の結果に基づく

ワイドリビングがおすすめの理由

1

リビングの広さと家族が自然と集まると思う方の割合



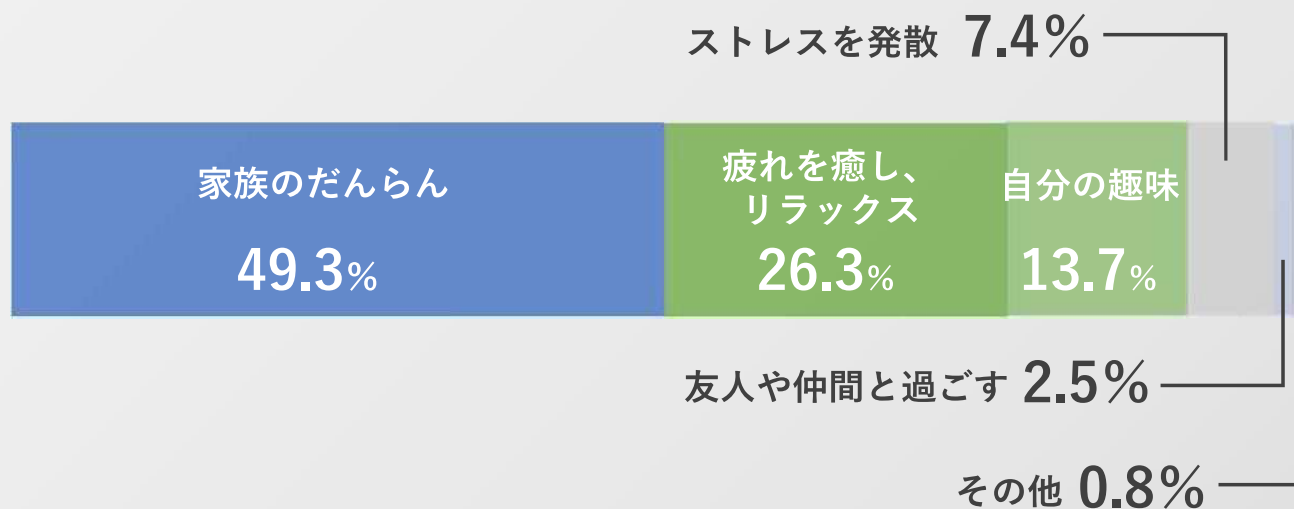
広いリビングで暮らす人ほど
家族が自然と集まると実感

出典：リビングルームアンケート調査 積水ハウス株式会社調べ（2019年、n=1020）

積水ハウスの調査の結果に基づく

ワイドリビングがおすすめの理由 2

親と子のファミリー世帯が最も重視する時間



大切なのは
家族の時間と自分の時間

出典：共働きファミリー調査 積水ハウス株式会社調べ（2018年、n=1560）

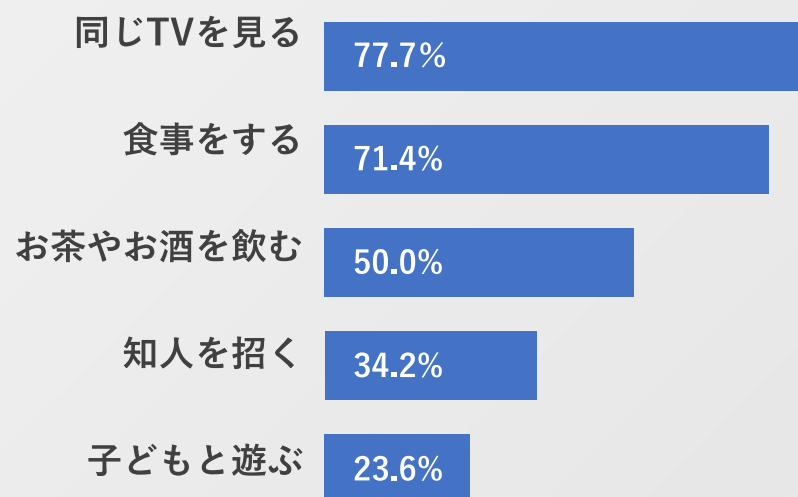
積水ハウスの調査の結果に基づく

ワイドリビングがおすすめの理由

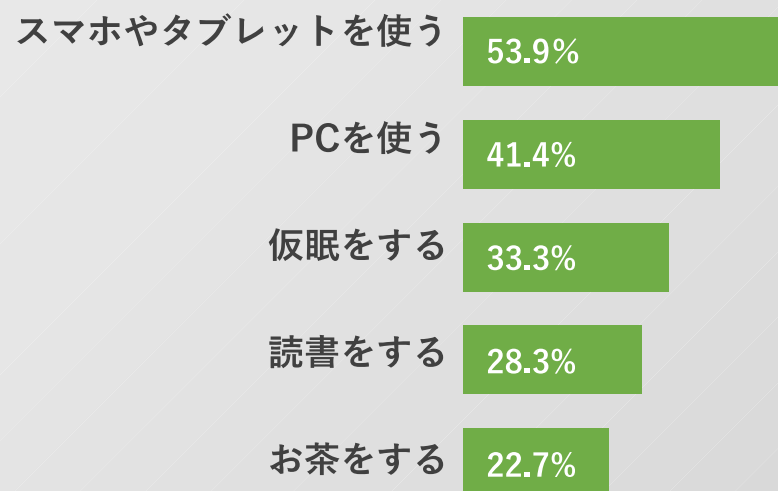
3

リビングは家族が一緒にいながら「それぞれ」ですること多い場所

一緒にいて一緒にすること BEST 5



一緒にいて思い思いにする事 BEST 5

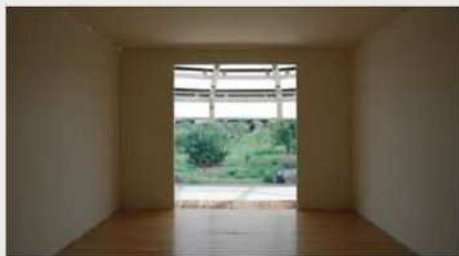
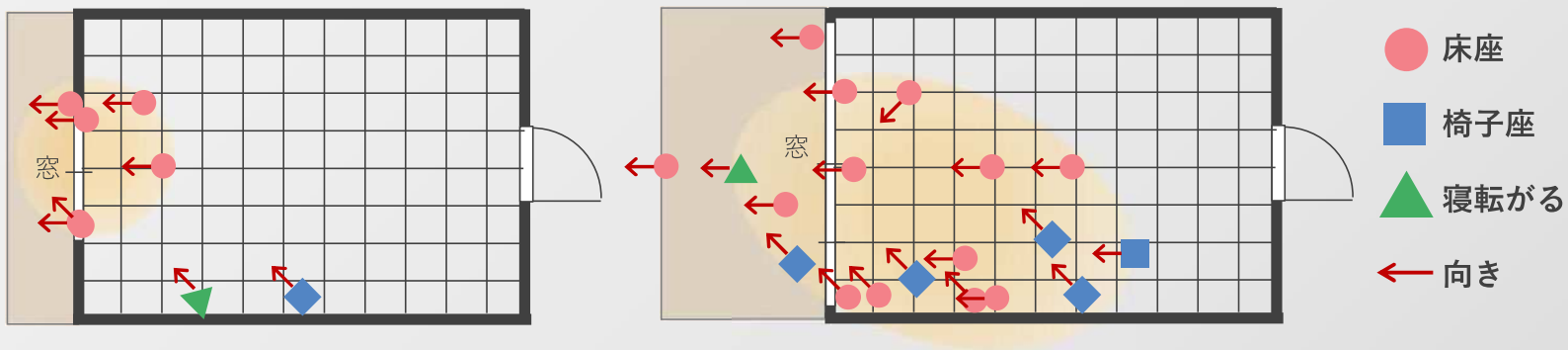


出典：リビングルームアンケート調査／積水ハウス株式会社調べ（2018年、n=898）

積水ハウスの調査の結果に基づく

ワイドリビングがおすすめの理由 4

大開口により自然と繋がりが強いリビングは
心地よい空間が部屋の奥まで広範囲に広がる



積水ハウスの総合住宅研究所の
天空実験室にて、心地よさを
科学的に検証しました。

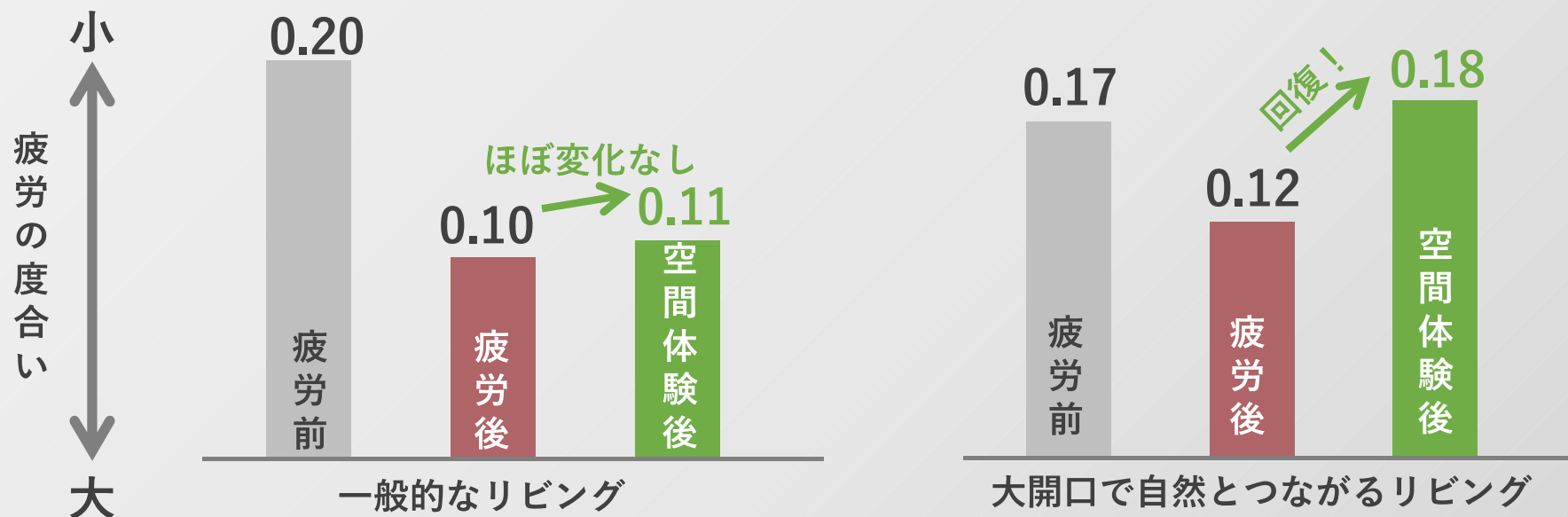
出典：積水ハウス 総合住宅研究所調べ
(2009年 n=35)

積水ハウスの調査の結果に基づく

ワイドリビングがおすすめの理由

5

大開口で自然とつながるリビングは疲れた心身を整える



出典：リビングの疲労回復効果／大阪市立大学医学部・積水ハウス株式会社総合住宅研究所（2009年～2011年）