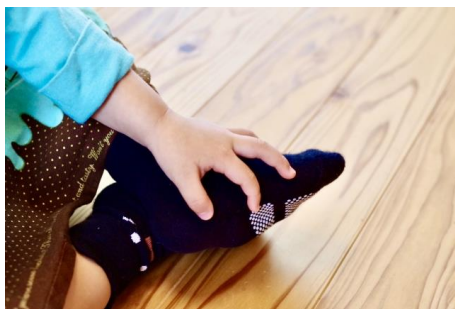




・家づくりで失敗しない人の豆知識・

7つのチェックポイント



INFINITY STYLE

—— アナタらしさ、無限大。——

モガミ住研株式会社

代表取締役 鈴木 孝幸

〒990-2322 山形県山形市桜田南12-33

TEL: 0120-0236-13

はじめに

最近、家造りに失敗する人が増えています。

『思い描いていた家と違う家になってしまった・・・。』

『余計なお金を〇〇〇万円もかけてしまい返済できない・・・。』

と、このような話をよく耳にするようになりました。

あなたのご近所でも、新築したばかりなのに不満を漏らしている方、自分の家造りの失敗談を、まるで不幸自慢のようにお話しされている方はおられますか？

なぜこのような事態が発生するのか？

これらの問題は、ユーザーに正しい知識が無いのと、正しい情報がほとんど届いていないことが原因です。業者は、必要の無い事、これを言うと自分が不利になる事は、ユーザーには話しません。

しかし、これは家造りに携わる者が、また、現場の第一線で働いている人間が、正しい情報を届けなければ、家造りで後悔する人は後を絶たないでしょう。

『**よい家に住みたい！**』、この思いは万人の願いです。その思いを叶えるために私はこのガイドブックを書きました。

これからお話しする内容は、営業のプロや建築士が口を閉ざし、秘密にしていたことです。この話を聞いた後、あなたの家造りに対する不安は解消されることでしょう。

モガミ住研株式会社

代表取締役 鈴木 孝幸

家造りで失敗しない人のマメ知識。

家造りに失敗する人、成功する人。結果はどちらかしかありません。

家を造るという事は、家族最大の夢であり、人生最大のミッションでもあります。本来楽しいはずの家造りなのですが、『家を建てよう！』と決断した時から、さまざまな問題や、困難が立ちはだかります。たとえば・・・。

- ① **どんな家を建てるか。**
- ② **だれに頼むのか？**
- ③ **現実問題として、資金はあるのか？**

これらの問題を何とかクリアーして、いざ建築が始まると、『手抜き工事をされてはいないだろうか？』『打ち合わせした内容と違うのでは？』 など、こんなはずじゃなかった、と数々の不安が再び頭の中をよぎります。

本当にこの会社に頼んでよかったのか？ **もっと安くできたのでは？** という思いがたまって、疑心暗鬼になるのです。

また、こんな声もよく聞きます。

契約まではコメツキバッタのようにペコペコしていたのに、契約したとたん営業マンが冷たくなった。手のひらを返したように態度が変わった。一体どういうこと？

そしてある日を境に、夫婦喧嘩が始まり、

『あなたが焦って決めるからよ！』

『お前こそ、営業マンが俳優の〇〇に似ていると喜んでいたじゃないか！』と、お決まりのコースに突入になります。

あなたはそうなる前に考えてください。なぜ家造りに失敗する人が多いのか、どうしたら家造りに成功するのか、その境界線はどこにあるのか、と。

これからお話しする内容は、あくまで、『**建築費を無駄に使わずに、いい家を建てたい！**』と願っている方が、必ず参考になるガイドブックです。

しかし、お金に糸目はつけない方や、安かろう悪かろうの家で結構という方には参考になりませんので、今すぐ読むのをおやめください。それこそ、時間の浪費になりますので・・・。

それでは、早速7つのチェックポイントをお話しいたします。

ポイント① **家にかかるお金を把握している人。**

『経費はどこへ消えたの？』

このページを読み始めたあなたは、『建築費を無駄に使わずにいい家を建てたい！』と考えている方でしょう。

では、『**無駄な建築費**』とは何でしょうか？

これは、広告や雑誌をどんなに眺めても、モデルハウスや住宅展示場に出かけて営業マンに聞いてみても答えは返ってきません。しかし、答えはその中にあります。

そうです、いわゆる **『広告・宣伝費』『営業経費』** の事なのです。

週末になると、新聞折込みチラシを目にする機会があると思います。あのチラシに掛かる費用はいくらなのかご存知ですか？

チラシは、7万部から10万部は打たないと効果が無いと言われております。10万部のチラシを打つのに掛かる費用は、軽く100万円はします。それが大手ハウスメーカーになると全国規模ですし、イメージキャラクターに有名タレントやアニメキャラを使うとなると、想像もつかない金額になります。テレビCMをしようものなら、莫大な予算が必要になるのです。

また、よく見かけるのは、見学会の来場者や契約者の方へのプレゼントです。

家造りに関する情報誌や、その会社の家造りが分かるパンフレット等のプレゼントならまだ分かりますが、中には抽選でハワイへご招待なんていうのもあります。よく考えてみると、真剣に家造りについて悩んでいる人にとっては、ちょっと馬鹿にしたエサじゃないかと考えるのは私だけでしょうか。

さらに、モデルハウスや展示場は維持管理費がかかりますし、必ず営業マンが待機しなければなりません。営業マンにしても、一人雇うのにどれだけの経費がかかるのか……。

さて、お気付きですね。

以上のような、一概に無駄とは言い切れないかもしれませんが、決して少なくない莫大な費用はどこから充てられているのか？

そうです、**全てあなたの大事な住宅資金が使われているのです**。つまり、あなたの住宅資金はあなたの家造りに全て費やされているわけではないのです。

あなたの知らないところで、建築費は無駄に使われているのです。

ポイント② **情報をうまく活用出来る人。**

『住宅雑誌をうまく活用する』

私も何種類かの住宅雑誌を持っています。それぞれに毎月興味深い特集を組み、私たちプロが見ても大変参考になります。

プロが見ても役に立つのですから、これから家を建てる方が見れば、いろいろな実例や体験記、さらには資金計画の資料など、夢が広がる内容もあれば、現実をしっかりと見直せる内容もあります。

しかし、使い方を間違えてはいけません。さもないと、『建築費を無駄にしないでいい家を建てる事』に失敗してしまう恐れがあります。

まず、住宅雑誌を一冊手に取ってみてください。決行分厚くて重みがあります。次にパラパラとページをめくってみましょう。ここで気付くことがありますか？

そうです、宣伝広告が極めて多いのです。おそらく大半がそうです。出版社が営利目的に雑誌を発行するのですから当たり前ではありますが。

特に多いのは、大手ハウスメーカーやフランチャイズ(地元業者が経営しているが、加盟金を本部に納めて、〇〇ホーム・△△ハウス等の看板を掲げている店)の記事です。紙面のほとんどがそれらに付随する記事や広告です。

先にも述べたように、出版社の目的は広告を載せることで得る広告費です。ですから、普通に考えれば、広告を出してくれる会社には不利な内容は記事にしません。つまり、たとえ広告主のメーカーがあなたにとってよい家を提供して無くても、紙面にそれを載せるわけにはいかないのです。

では、どうやって活用すれば役に立つのか。答えは一つではありませんが、その一つを挙げると・・・。

- ① **あなたが今住んでいる家の不満なところを挙げてみる。**
- ② **将来あなたの家庭や、家族のあり方をシミュレーションしてみる。**
- ③ **①の問題点を解決し、②の未来像を視野に入れ、あなたとあなたの家族が納得できる家がどんなものを想像してみる。**

以上の三点を踏まえて、雑誌をめくってください。そうすれば、あなたにとって本当に必要な情報が目に飛び込んできます。あるいは、あなたにとって不要な情報を頭に入れなくて住むようになるはずです。

そうすれば、過剰に彩られた家に惑わされず、あなたとあなたの家族が本当に納得のいく家造りができると思います。

ポイント③ **坪単価を理解している人。**

どこまで入っての単価なのか、基準は会社によって違う。

広告を見ても、住宅雑誌を見てもまず目が行くのは坪単価の数字ですね。ところで、坪単価って何でしょう。

もちろん、一坪が3.3平方メートルで、畳二帖分の金額ということはお分かりでしょうが、私の言いたいことは、この坪単価は何の目安なのかという事です。

たとえば、『坪単価40万円』と広告に書いてあったとしましょう。あなたが営業マンに『本当にこの価格で家が建つの？』と聞くと、営業マンはこう答えるはずです。

『もちろん建ちますよ！(でも住めませんが・・・。)]()内の言葉を口に出すかどうかは分かりませんが・・・。家は建つけど住めないってどういうこと？

その理由はこうです。消費者と住宅メーカーでは、坪単価の意味合いが異なります。消費者にとっての坪単価は無論、建築工事に関する全ての費用を坪数で割ったもの、つまり、『引渡し価格』です。

しかし、住宅メーカーにとっては建物の本体を建てる、『本体価格』という意味合いが強いのです。つまり、カーテン・照明器具・エアコン等、さらには外回りの附帯設備工事や現場経費は入っていないのです。しかも、肝心の『本体価格』には、**何を含み、何を含まないのかはそれぞれの会社でマチマチ**なのです。

つまり、広告で表示さえしている坪単価とは、住宅の価格のうち、その業者で誰が建てても変わらないであろう部分(構造体・基本仕様の内装・外装・設備機器など)の金額を表しているものであり、あなたの家造りの総予算を知る上では、それほど重要な数字では無いことがお分かりいただけるでしょうか。ただ、まったく無意味というわけではなく、『本体価格』であることを理解しておけば、家の価格を概算で把握する上では十分な目安になるでしょう。

そういうわけで、坪単価にはいくつかのクラクリも隠されているので、実際にあなたが支払わなければならない総額がいくらになるのか、先にも書いたオプションや経費もきちんと確認しなければいけませんし、さらには諸費用(登記費用や火災保険など)も把握しておく必要があるのです。

ポイント④

モデルハウスに惑わされない人。

モデルハウスは豪華絢爛。惑わされる人は失敗します。

初めて家を建てる方は、モデルハウスの外観や、キッチンなどの設備に目がいてしまい、肝心なところを見落とす事が多いようです。

必ずといっていいほど犯してしまう失敗があります。それはどんな点でしょうか。

①驚いてはいけない

玄関に入るとすぐに、『わぁー、ひろーい』と思われるはず。当たり前です、広く作ってあるのですから。

一般の家庭では、広くても2メートル×2メートルくらいです。間違っても、『こんな広い玄関になるのねえ』とは思わないでください。ここで驚いたら、営業マンの思う壺です。驚くのをじっとこらえて冷静になって中へお進みください。

②ワクワクせずに厳しい目で

玄関に入ってそのままリビングに行き、そこで、『まあすてきな応接セット』『カーテンがかわいい！』などと、ワクワクし始めたら赤信号です。

モデルハウスは、『大人のディズニーランド』と言っていいくらい、夢のあるつくりをしています。あなたは夢の世界に入り込むことなく、厳しい目で確認してください。

③標準仕様とオプションの確認を

モデルハウスを見学して困るのは目移りです。全てのものがよく見えてしまい、自分がその家に住んだ状況を想像してしまうのです。しかし、現実とのギャップに気付いた時、家造りをあきらめてしまう人が多いのです。あなたには、そうなってほしくありません。

豪華絢爛なモデルハウスには、多くのオプションや装飾品が飾られております。その一つ一つが標準仕様なのかオプションなのか、しっかり尋ねましょう。

④設備は身の丈にあったモノを

最新キッチン・最新ユニットバス……。モデルハウスは全てが最高級です。

あなたの暮らしに本当に必要なものかは疑問です。『建築費を無駄にせず、いい家を建てたい』と願うなら、本当にお金をかけるべきところを間違えないようにしましょう。

ポイント⑤ **資金計画をしっかりと立てられる人。**

一番大切なのは、『資金計画』です。

家を建てようか建てまいか、と悩んでいるあなたを建てる気にさせる、取って置きの言葉があります。『**自己資金無しで建てられます。**』この一言です。そしてもう一言、『**今の家賃並みで建てられます。**』です。

確かに今は金利も安く、30年・35年ローンで家を建てることは可能です。

しかし、頭金無しで月々のローンが高くなってしまったり、月々の支払いが安くても、ボーナス払いが非常に高いと言ったケースが多々あります。

そして、意外にかかる費用は、『光熱費』です。アパートから一戸建てに引越し、まず驚くのが月々の光熱費です。必要以上の照明設備や、デザインばかりに気を取られて肝心な構造を見落とすと、暖房などの光熱費に余計な負担がかかります。

賢い人は、いくら借りられるのか？では無く、**いくらなら月々返済できるのか？**をしっかりと把握できる人です。

せっかくマイホームを手に入れた後、生活を切り詰めなければいけないというケースや、最悪の場合、維持できずに売りに出すこともあります。あなたは絶対にそうなってはいけません。

まして、お父さんのお小遣いを減らすことはしないであげて欲しいものです。

『建築費を無駄にしない』と言うことは、家全体にかかる費用を抑えます。そして、その一番の目的は、少しでも住宅にかかる月々の出費を抑える事なのです。

家造りは、人生で最大のイベントです。しかし、それが目的で生きているではありません。あくまでも、人生を楽しむための、一つの道具であり、ツールです。家を建てた後の暮らしが変わらない事が大切だと私は考えます。

もう一度言います。

家造りで一番大切なこと、それは**資金計画**です。そして、

いくらまでなら月々返済できるのか。

ご自身が一番知っているはずです。

ポイント⑥ **営業マンを見分ける事の出来る人。**

営業マンは『売るプロ』であることを忘れてはいけない。

『私にお任せください！』、今日も、きっとどこかで言っている言葉です。しかし、本当にその営業マンに全てを任せて大丈夫でしょうか？

家造りというのは、えてして口約束が少なくありません。担当営業マンがいなくなったとたん、約束は終わりになるのです。

実は、営業マンは、平均三年で転職になります。なぜ転職するのでしょうか？それはクレーム処理を抱えきれなくなることが原因の一つと言われております。抱えきれなくなったお客様を切り捨ててしまうのです。挨拶はがき一枚で。

そこへいくと、地域に根を下ろした工務店、ビルダーは、社長はもちろん、社員もほとんどが地元の間人です。転職もありません。

アンケートによると、家を買う決め手の一番の理由が、『担当営業マンが信用できる人だったから』だそうです。

しかし、考えてみてください。

ハウスメーカーの営業マンは、その道のプロです。

初めて家を建てようとする人の質問を潰すことなど朝飯前です。毎日その繰り返しなのですし、社員研修では厳しい訓練を受け、ああ言われたらこう言え、これを指摘されたらあれを出せ、といった応酬話法のマニュアルも存在します。

つまり、あなたの考えていることぐらい全てお見通しです。

逆に、もしあなたが営業マンより知識があり、質問攻めにしたらどうなると思いますか？営業マンはあなたを面倒臭がり、『よそで建ててください！』と、すっぱり切られることでしょう。

住宅メーカーは、面倒臭いお客を嫌い、相手にしたくないのです。もちろんあなたは、ただ納得のいくようにいろいろ質問しているだけなのに・・・。

それに引き換え工務店は洗練された営業マンはいません。しかし、もしあなたがハウスメーカーの営業に疲れたら、一度工務店に出かけてみてください。きっと新しい発見がそこにあります。

繰り返しますが、工務店は地域に根ざしております。逃げも隠れもしません。

ポイント⑦ **地域ビルダーの見分け方の出来る人。**

本物の『**地域密着ビルダー**』を探そう

今、地域ビルダーや工務店が見直されています。最近の雑誌には、『優良工務店をどうやって探すか？』『良い工務店・悪い工務店の見分け方』などの記事が増えています。

なぜ、工務店が見直されているのでしょうか。

それは、大手ハウスメーカーの考える家造りと、家を建てようと思う人たちの考えに、大きなギャップが出来ているからです。つまり、大手ハウスメーカーの家は非常に高いのです。

何度も言うように、住宅メーカーは経費がかかるため安くすることができません。そのため、営業マンは、難しい客と、お金の無い客は相手にしないのです。

そこへいくと、工務店はどんなお客さんでも大切にします。至れり尽くせりとまではいきませんが、きちんと相談に乗ってくれるでしょう。

しかし、営業の訓練や接客方法など勉強したことも無く、泥臭い所があります。住宅メーカーの営業マンと比べたら、かなり劣るように感じるかもしれません。しかし、いい所もたくさんあります。見た目や対応だけで判断せず、その会社と一生付き合っていけるかどうかを見極めることが大切です。

『**地域密着工務店**』と『**ただそこにいるだけの工務店**』の違い

努力に努力を重ねた工務店だけが、『安くていい家』を建てられる。

『ローコスト住宅』という言葉を目にしたことがあると思います。一昔前までは、『安かろう悪かろう』と、悪いうわさが多かったと思います。しかし、現在では、本当に安くていい家を、ローコスト住宅と呼ぶようになりました。

『いい家は高くて当たり前』という工務店があります。本当にそうでしょうか？その情報の発信源がどこか観察してみてください。『いい家は高い』と言っているのは、高い家を造っている人だけなのです。そして、『安かろう悪かろう』と騒いでいる人たちもまた、同じ人たちが口にする言葉なのです。

何の努力もせずに、家は高いとあきらめている工務店は、本当に地域密着とは私は思いません。家を造るシステムを合理化すれば、同じ仕様の建物でも、30%は安くできることが、実は立証されているのですから・・・。

こんな会社を探してください。

今、地域ビルダーや工務店が立ち上がり、消費者に『安くていい家』を提供したいと願い、努力しているグループが全国で数多く誕生しています。

そうです、新価格破壊が起こっているのです。今に、坪単価30万円という金額が、業界の標準価格(適正価格)になるはずです。

『いい家は高い』という間違った考えは捨ててください。

ところで、なぜこのような会社が次々に誕生しているのでしょうか？新価格が可能になったワケを、ホンの少しご紹介します。

- ① 流通経路を見直し、中間マージンをカット。
- ② 徹底した標準化。合理化を行い、無駄な労務費を削減。
- ③ 機械化により、大幅な工期短縮に成功。
- ④ 設計施工のシステムを確立。
- ⑤ 展示場やカタログに多額の経費をかけない。

などがあります。

木造住宅では、プレハブメーカーのような合理化は不可能と言われてきました。しかし今、そのプレハブメーカーの合理化の仕組みを解明し、コストを削減する方法が確立されているのです。

このことを知っていただければ、あなたの家造りは成功します。

もう、家造りに無駄なお金を使うことはやめてください。

家造りが人生の最終目標ではないのですから・・・。

最後に。

『お母さん、ただいまぁ～！』、『おかえりなさぁ～い！』 親子の元気な声が聞こえます。きっと、家造りに成功したご家族でしょう。

あなたも、こんな会話が出来ることを信じて、家造りを成功させてください。

最後になりますが、**楽しい家造りが出来ることを心からお祈り致します。**

モガミ住研株式会社 代表取締役 鈴木 孝幸