



FAS 住まい通信

発行責任者
(株)福地建装
北斗市中野通 324
0138-73-5558

たびに我々、施工工務店は建主様と一緒に家育てて行く必要があります。そのためには構造的な性能を確実に担保しておく事が重要です。

◆◆ 家は創りあげ、育て上げるもの ◆◆

家づくりに終わりはありません。施工中は大工さんや職人さんとのコラボレーションですが、竣工してからは建主様とのコラボレーションです。

本当の家づくりは竣工して引越し、住み始めてからなのです。そのためには、住んでから不具合を生じさせない、しっかりとした家の性能と機能が確立していなければなりません。

「冬は寒くてストーブの前から動けない」「エアコンをがんがん稼働させなければ暑くて居られない」「壁にカビが生えた」「床材がブヨブヨし始めた」「冷暖房費用は馬鹿高い」このような事象はすべて住んでから実感できます。このような事象が出るという事は、家の基本的な性能が確立していない証拠です。また、これらを解決するには、膨大な費用がかかります。

最初からこのような事象の発生しない家づくりを行わなければなりません。しかし、「竣工してから一緒に家づくりを行いましょう」などと受注契約前に建主様に言ったら「ノーサンキュー！」と言われる事でしょう。

建主様は竣工時においての完璧を求めているからです。しかし、人の造るものに絶対はありません。家は造り上げて、さらに育て上げるものであります。然るに、家づくりに終わりはありません。

◎ ~家づくりは竣工してからが始まりです~ ◎

◆◆ 建主さんを惑わす情報の氾濫 ◆◆

「快適で経済的な家を造ります」「あなたの幸せを包む家づくり」など、これから家づくりを行う方に耳あたりの良いキャッチコピーが氾濫しております。住宅業界にも「3人で30棟、受注する方法」「確実に儲かる工務店経営を教えます」などと言うようなフランチイズ広告が次々と送られて来ます。

工務店やハウスメーカーの経営は、受注して初めて成立するのですから、「まず受注」がキーワードとなります。

受注して工務店経営が成り立つ仕組みはとても魅力的で説得力があります。したがって、業界はこぞって「売る仕組み」「儲かる仕組み」をビジネスモデルとして作り上げようと必死です。

テレビコマーシャルは地方局範囲の放送で、15秒間・20万円程度です。これが全国放送なら僅か15秒間のCMが何百万円もする事になります。このCMがチャンネルを変えるごとに放送されております。テレビCMだけでは絶対に受注契約が出来ません。テレビCMとモデルハウスはセットで準備しなければなりません。CMで知名度を上げ、ユーザー様を新聞やチラシ広告でモデルハウスに誘導します。

そのモデルハウスで最初の接客を行い、その後は後追い営業が伴って受注契約に辿り着きます。これも売るための手法なのですが、CM代・モデルハウスの建築費と維持費・新聞とチラシ広告費・営業マンの給与など、途方も無い経費は、すべて建主の建築費に見えないように含まれています。

◆◆ 住んでから具現化する家の不具合 ◆◆

本物の住宅を造れる工務店は、広告などの営業活動を殆どしておりません。ユーザー様が次のユーザー様をモチベートしてくれるからです。

家は竣工してからが本当の家づくりの始まりです。最初から備わっているはずの家の機能や性能も、その真価が定着するまでに数年もかかる場合があります。断熱性能や気密性能は、定着どころか劣化してしまう場合もあります。また、建主様が住んでから、様々な不具合などが具現化してくるものです。住む人も年齢を重ねたり障害を持ったりする場合もあるでしょう。その

冬の知恵袋

~1日着たら20時間休ませる~

洋服を長持ちさせたかったら、同じものを毎日着続けないことなんだよ。こんなことは、誰でも知っているんだけど、毎日のように着ている普段着、スーツなんかは、つつい着続けてしまいがちだよ。

そんな時、ハンガーにかけて休ませておくと、その間に変形してしまった繊維が、もとの形に回復するんだ。ただし、繊維を回復させるには20時間休ませることが必要なんだよ。だから、毎日着続けていると洋服が長持ちしないんだ。

繊維は生きものなんだから、大切に扱わないとね!

