

アピール度<知識と技術力

お客様一人ひとりの幅広いご要望や理想を現実にするため、建築に携わる者は、デザイン力は勿論、高度な知識や技術力も備えていなければなりません。

これは、ハウスメーカーでも小さい工務店でも同じ事が言えますが、ハウスメーカーのように「多数売る」的な営業が出来ない小さい工務店は、お客様から受けたご要望を一つ一つじっくり丁寧に進めてゆくことで自然と敷地や住まい、お客様に対しても思い入れが出てきます。

「建物は完成と同時に崩壊が始まる」という伝承を逆手に取り、あえて完璧には作らず柱一本を逆さに建てている神社等もありますが、家づくりに完成はなく、お施主様が住んでからが本当の始まりとなるのです。

理想の住まいが明確でブレがなければ、近くに居ていつでも駆けつけられる小さい工務店と生涯のお付き合いを念頭に置き、住んで後悔しない家づくりを実践していきましょう。

資産価値が下がりにくい住宅とは

住宅は建て替える事ができますが、環境を変える事はできません。大半の人は永住するつもりで土地探しから始める家づくりですが、何らかの事情で手放す場合は、十分な資産価値を有していることが肝心です。また、家族や経済状況の変化、子供の将来、健康問題などは誰もが見当もつかないはずです。

一番は、自分達が住む環境や使い勝手としてどうかという事ですが、土地の資産価値はアクセスや接道条件、周辺環境、住宅でいうと簡単に変わる事のできない耐震性や省エネ性、断熱気密性能などの基本性能や住んでからの維持管理などが特に重要視されてきます。

日本の政策もこれまでは「建てては壊す」というフロー消費型から、「量より質の向上へ」というストック循環型へと変わってきておりますので、住める・売れる・貸せるという視点も入れた土地探しを行うべきでしょう。

一生に一度の買い物

住宅購入は「一生に一度の大きな買い物」という言葉をよく聞きますが、今や大手企業でも希望退職を募る時代です。また、結婚・出産・進学・離婚・独立などさまざまなライフサイクルの変化に伴って、ベストな住まいも自ずと変わっていきます。もし、どうしても建築した住宅に住めなくなってしまったとき売却や賃貸収入を得る事ができれば、ライフスタイルが変わるごとに2度3度と建てる事が可能になってきます。

私達は住み慣れることで「住めば都」と自分の方を住まいに合わせてしまいがちですが、これからは一生に一度きりというプレッシャーや先入観を取り払い、誰が見ても買いたい・借りたいと思うようなニーズが高い流動性のある住宅の方が賢明と言えそうです。

リセールバリューが高い住宅

何十年と住み続けてきた住まいを手放すときに気になるのが住まいの価値。この、再販する際の価値の事を「リセールバリュー」といいますが、立地はもちろんのこと住まいの状態にも影響が出てきます。

最近、リフォーム済やリノベーション済（改修・増築などにより新たな価値が創出され使い勝手などの面で改善など付加価値を高める事）といった言葉をよく目にするようになりました。

売却する前にリノベーションする事でリセールバリューアップにも繋がりますが、今後はリセールバリューを考えた家づくりが大切となっていくそうです。
(著 久保田公明)

孝太の知恵袋

窓ガラスは新聞紙で磨く

ガラスを磨くときには、古新聞で磨くといいんだよ。不思議だねえ。それはね、新聞紙のインクがガラスのつやを出してくれて、おまけに汚れも付きにくくなるんだよ。新聞紙に水を付けて軽く絞り、ガラスの汚れを取るように拭いて、その後ね、乾いた新聞で乾拭きしてごらん。ピカピカになるよ。