



「住宅業界ウラ事情」
ウラを知れば、
いい家は必ず建てられる。



健康な住まいを考える会 会長
久保 淳著

20分で分かる!! 「住宅業界ウラ事情」

ウラを知られば、いい家は必ず建てられる。

はじめに

最近、家づくりのトラブルで、悩んでいる人が増えています。

「期間限定と急がされ、手付金を払ったが、他よりずっと高かった。」

「追加の嵐で予算オーバー。返済が苦しいほど融資を組む事に。」

「おしきせの間取りに住んだら、使いづらくて最悪だった。」

「担当の営業マンが転勤で、電話しても誰一人来てくれない。」

この頃、こんな話ばかりが耳につきます。

あなたも知り合いから、そんな話をときどき耳にしませんか？

なかには、こんな「せつない話」もニュースで見かけます。

「家をつくり十年目、ゆとり返済の支払いがふえた時、不景気のあおりで減給に。

返済が滞り、家をやむなく売却。そのうえ残債が八百六十万円も残ってしまった。」
など、人事じゃない話です。

やっこの思いで手に入れた新居。「家族との楽しい生活がこれから始まる」と思っていたのに、全てがくずれてしまった。

なぜ最近、地元の静岡でも、こんな事件が増えたのでしょうか。

住宅業界にいますと、これらの原因がよく分かります。

これは消費者に、家づくりの「チェックポイントや自己防衛策」が、知られていないことが原因の一つです。

また「とにかく売ればよし」という、販売実績優先の業界体質。

「とにかく安さで勝負」という行き過ぎたローコスト合戦のしわ寄せ。などによる、業界モラルの低下も原因の一つです。

そのほか住宅雑誌やマスコミ等も、住宅メーカーから多額の広告料をもらっているの
で、あまりシビアな記事が書けないことが原因として挙げられるでしょう。みなさん
は、県内の住宅展示場の全てが、マスコミ企業の経営だということをご存知でしょ。
当然、住宅メーカーは中小企業では払えないくらいの高額な出展費用と、展示場の合
同チラシや、仮面ライダー・シヨウなどの、イベント分担当金を毎月支払っているのです。
これでは消費者の家づくりに、本当に必要な情報がオープンに入ってこないのは当然
です。

それではどうするのか。

「家づくりに失敗する人が増えるのを、だまって見ているのか？」

こうなったらやっぱり、家づくりに携わり、本当の現場を知っている人間が、勇気を出して情報をオープンにして行くしかないのです。

そうしないと「持ち家なんて、作らないほうがいいよ。」という人が増えてしまいます。

それでは自分の首を、ゆっくり自分で締めることになるのです。

私は自分も含め、業界の情報をオープンにすることで、家づくりという夢に「成功する人」を、影ながら応援して行きたいのです。

結局はそれが、住宅業界のパイを増やすことにつながると思うのです。

少子高齢化の時代、ユーザーの夢を壊してしまったら、パイはだんだん減る一方なのです。

私はこの小冊子をユーザーはもとより、業界の人にも読んでもらいたいと思い書きました。この小冊子を読むと「目からウロコが、ポロツト取れたように」次の事が、誰でも二十分で簡単にわかります。