失敗に不思議な失敗なし！

# 幸せのマイホームづくり第一歩

エスワークスプロジェクト株式会社
代表取締役　反田快舟　著

おうちの相談窓口

# 序章

ある日曜日の朝。夫が新聞を広げながら妻に話しかける。

夫「今度、〇〇町にオール電化住宅の総合展示場ができたんだって」

妻「そうなの。それじゃ、今度の日曜日に見学に行って見ない？」

夫「えっ、急にどうしたんだい？」

妻「実は私、あなたに内緒で住宅雑誌を買っていろいろ勉強していたのよ」

夫「そうか、わが家もそろそろマイホームを考える時期かな？」

妻「そうよ。美香も小学三年生だし、翔太も来年は小学生よ」

夫「そうだな。来週の日曜日は予定がないから行ってみるか」

（次の日曜日）

妻　「新しい展示場って素敵ね！　ずいぶん人も多いのね」

夫　「浮かれてばかりじゃダメだよ。しっかりチェックしなくちゃ」

妻　「わかっているわよ。あなたより少しは勉強しているつもりですからね」

営業　「いらっしゃいませ。ようこそお越し下さいました」

妻　「わあ〜。ずいぶん広い玄関ね。それに、吹き抜けは解放感があるわね」

夫　「リビングの天井も高くていいね。このリビングは、何畳ですか？」

営業　「こちらはリビング、ダイニング一体型で二十畳あります。アイランドキッチンも素敵でしょう？」

妻　「本当にそうね。こんな素敵なキッチンで料理ができたら毎日が楽しいわ」

夫　「このモデルハウスの大きさはどれくらいなんですか？」

営業　「４ＬＤＫで六〇坪です。坪単価は六十万円程度になります」

夫　「坪六十万円ですか、ちょっと高いかなあ。でも、これだけ設備が充実していればそれくらいするのはしかたないのかな？」

妻　「子ども部屋も二つあるし、ベッドルームも広いわ。それにインテリアもセンスいいわね」

営業　「この住宅は、とても人気があるんですよ。オール電化仕様ですし、最高の設備がそろっています」

妻　「あなた、これいいんじゃない？　私この家が気にいったわ」

（後日）

営業　「こんばんは。本日は、参考プランと見積りをお持ちしました」

夫　「お待ちしていました。どうぞお上がりください」

営業　「ありがとうございます。早速ですが、ご説明します。
先ず、本体価格が六十万円×四〇坪で二四〇〇万円。キッチンとユニットバスがオプションで一〇〇万円。それから、・・・。」

妻　「えっ、あのキッチンやユニットバスはオプションなんですか？
ということは合計いくらになるんですか？」

営業　「本体価格二四〇〇万円、オプション一〇〇万円、付帯工事三〇〇万円、消費税を加えまして、三〇八〇万円になります！」

夫・妻　「・・・（ショック）」

## 九〇％の人が同じ行動パターンで失敗する

マイホームを考えるとき、誰もが一度は真剣に悩みます。

「自分たちの収入で、どれだけの家を建てられるのだろう？」

「自分たちにとって、いい家とはどんな家だろう？」

「ハウスメーカーと地元の住宅会社のどちらがいいのだろう？」

さらに、このような悩みを解決しようとすると、今度はまた別の不安が出てきます。

「しつこい営業をされるのは嫌だな」

「かといって、どうすればいいのか？」

それでも、なんとかマイホームの情報を得たいと、あなたは、ホームページをチェックするかもしれません。また、本屋さんに行って住宅雑誌を購入して、勉強する人もいるでしょう。

そして、最も多くの方が歩む道が、「ひとつモデルハウスを見に行くか！」と、総合住宅展示場へでかけることなのです。

実は、ここに大きな落とし穴があります。

住宅は人生最大の買い物といわれますが、自分の住宅の完成品を事前に見ることはできないし、建てた後で気に入らないからといって返品もできません。

だから失敗は許されないのですが、９０％の人が同じ行動パターンで失敗しているのです。

その行動とは、

**①住宅雑誌を数冊買い、自分たちの希望に合いそうな家を見つける**
**②広告やホームページを丹念に見て、仕様や価格を調べる**
**③ホームページからカタログや資料を依頼する**
**④住宅展示場に行って、現物を確かめる**

多少前後することはあるでしょうが、ほとんどこのパターンです。

つまり、住宅会社のエスカレーターに乗せられているのです。

この小冊子は、次のような人のために書きました。

**◎これからマイホームを考えたいが何から始めていいかわからない。**
**◎業者のペースではなく、自分のペースでマイホームを検討したい。**
**◎何が正しい情報なのか自分なりにしっかり勉強したい。**

車を初めて買うときは、教習所に通って、車の構造や簡単な修理方法、そして、運転の仕方を習います。

しかし、人生最大の事業であるマイホームづくりでは、どこにも専門に教えてくれるところがありません。

自分の力で勉強しなければ誰も責任を取ってはくれないのです。

そこで、住宅会社の経営コンサルタントとして、全国一五〇社以上の住宅会社をみてきた筆者が、住まいづくりの仲人として、「幸せのマイホームづくり」のために何から始めるべきかを、なるべくわかりやすく、おもしろく、ためになるようにまとめました。

**第一章は、住宅に関する基本を知る**
**第二章は、住宅会社選びのポイント**
**第三章は、ライフプランを考えた住宅資金計画**

の三部構成になっています。

この小冊子を読むことで、住宅業界の内容をかなり理解することができ、自信を持ってマイホームづくりを進めることができるでしょう。

この小冊子をあなたの**「幸せのマイホームづくりはじめの第一歩」**としてお役立てください。

# 第一章　住宅に関する基本知識

## 一．住宅業界の業態

公式に分類があるわけではありませんが、住宅業界は通常、次のように分かれています。

### ・ハウスメーカー

積水ハウス、大和ハウス、積水化学（セキスイハイム）、ミサワホーム、トヨタホーム、住友林業、パナソニックホームなど。

全国各地に支店や営業所と工場を持ち、安定した品質管理が特徴です。自社で部品の開発や生産を行うが、販売や施工は代理店や指定工事店が行う形態が多い。一社で何万棟も建てている住宅会社があるのは日本だけです。

### ・全国展開住宅会社

タマホーム、一条工務店、日本ハウスなど。

全国展開でスケールメリット（規模の大きさを競い、仕入のコストダウンをはかる）を追求しているのでしょうが、生産性（投資に見合った利益）が上がらなくなると撤退する危険があります。これはハウスメーカーも同じです。

### ・FC（フランチャイズ）住宅会社

アイフルホーム、ユニバーサルホームなど。

FC本部と、複数の加盟店からなっています。加盟店は地域の工務店ですが、単独ではできない商品開発や広報活動を本部で一括してできる利点があります。本部に保証金や加盟金を払い、統一したブランドで販売を行います。

### ・地元住宅会社・工務店

地元に本社がある住宅会社。（住宅会社と工務店の違いは明確ではない）。地域に密着して営業していることが特徴です。年間に数棟の小さな会社から、数百棟規模の会社まであります。営業・設計・施工からアフターサービスまで一貫して行います。基本的には自由設計で、社長の理念やアイデアが住宅性能やプランに反映されるケースが多いのも特徴です。信用力にばらつきがあり、地盤保証、完成保証、性能保証などの保証制度にきちんと入っているか確認することが重要です。

・設計事務所（建築家）

建築士が、設計から施工監理までを請け負います。施工は、別途設計事務所が選んだ工務店と工事請負契約を結びます。施主の要望を細かく聞いて、設計に時間をかけ、個性的な家をつくるのが特徴です。建築家によって作風が違い、ときに自分の作品づくりの傾向が強く出ることもあります。

・専門業者

大工さん、基礎工事、プレカット工場、水道設備工事、電気設備工事、クロス屋、カーテン店など実際に住宅をつくっているのはこの人たちです。

## 二．工法の違い

住宅の工法とは、家の骨組をつくる方法のことです。工法によって材料や重さを支える仕組みが異なります。大きく分けて、プレハブ、木造軸組、ツーバイフォー、鉄筋コンクリートがあります。

各工法とも、自分の工法が一番強いというい方をしますが、現在では、工法による強さの違いはほとんどないといっていいでしょう。

各工法の特徴と主な会社をあげておきます。

・プレハブ

プレハブとは、Prefabricated(前もって部品を組み立てる)からきた言葉です。工業化住宅ともいいます。プレハブ住宅にも大きく分けて二種類あります。軽量鉄骨プレハブと木質プレハブです。

軽量鉄骨プレハブメーカーは、積水ハウス、大和ハウス、セキスイハイム、パナソニックホーム、トヨタホームなど、があります。

木質プレハブメーカーは、ミサワホーム、ヤマダホームズなどです。

**・木造軸組工法**

日本の伝統的な工法で「在来工法」とも呼ばれ、最も多く採用されている工法です。近年の技術開発によって、精密なプレカット（事前に木材の接合部を加工すること）や金物での補強などにより、耐震・耐久性能の向上がはかられている。住友林業、タマホーム、一条工務店、日本ハウス、地元工務店など多数。

**・２×４または２×６工法**

北米から輸入された工法で、輸入住宅の多くがこの工法で建てられている。２インチ×４インチまたは２インチ×６インチの角材を使うことからツーバイフォー、ツーバイシックスと呼ばれるようになった。日本での２×４住宅建築比率は八％程度である。代表的なメーカーは、三井ホーム、スウェーデンハウスなど。

**・鉄筋コンクリート（ＲＣ住宅）**

ＲＣ（Reinforced Concrete　・補強されたコンクリート）つまり鉄筋コンクリートのこと。現場で鉄筋を組み、コンクリートを流し込んでつくる。事前にパネルをつくって現場で組み立てる工法もある。

百年住宅、大成パルコンなど。

## 三．面積と価格

### 延べ床面積と施工床面積の違い

施工床面積には、ポーチやベランダ、吹き抜けなどの面積を含めた面積をいいます。延べ床面積は、それらを含まない実際に住める面積と考えてもいいでしょう。当然、施工床面積の方が大きくなりますから、金額を面積で割った坪単価は安くなります。

総額一六〇〇万円、施工床面積４５坪、延べ床面積４０坪の場合。

施工床面積当りの坪単価　一六〇〇万円÷四五坪＝三五・六万円／坪

延べ床面積当りの坪単価　一六〇〇万円÷四〇坪＝四〇・〇万円／坪

と十一％安く表示されます。

## 四．本体価格はどこまでか

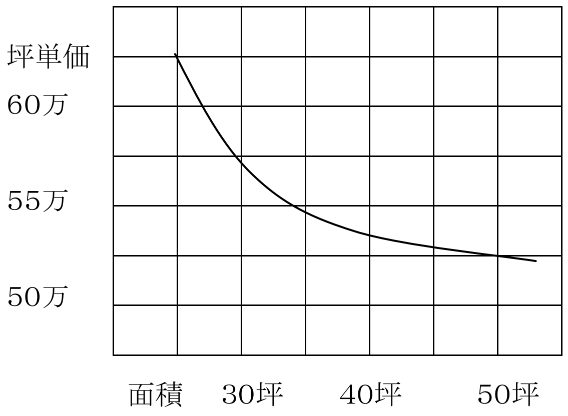
また、坪四〇万円と表示されていても、標準仕様がどこまで入っているのかが問題です。設備のグレード、オール電化仕様の内容とか、換気システムの内容、給水排水設備、外壁材や屋根材の種類など。間仕切り、ベランダなし、クローゼットがオプションなんていうのもあります。これは決して悪徳業者の話ではありません。住宅業界では表示金額のルールがあいまいなのです。

みなさんも、すぐに「坪単価はいくらですか？」と聞かれますが、このように、一口に価格といっても基準が違うのですから比較のしようがありません。

その他に、価格の違いはどこで決まるかみていきましょう。

**①大きさによる坪単価の違い**

住宅は大きくなるほど坪単価は安くなります。




これは、面積が大きくなってもキッチンやユニットバス、トイレの数は基本的に同じだからです。

他の工事においても、材料代や工事費も面積に比例するほど上がりません。

大まかには上図のような曲線になります。

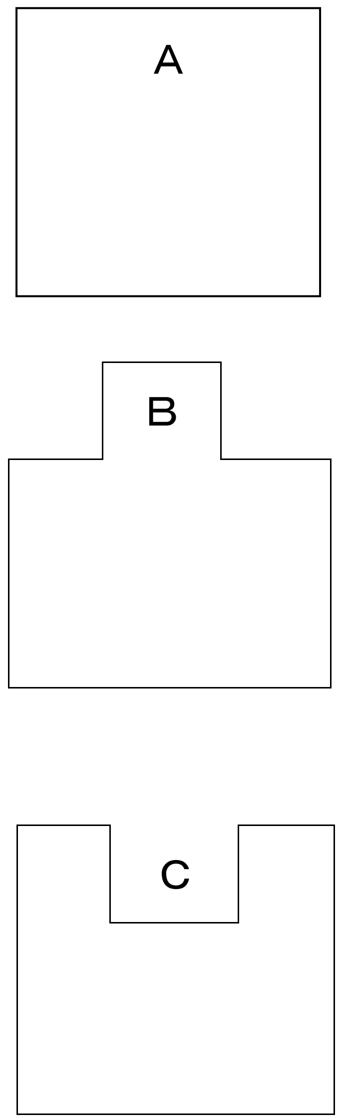
**②仕様による坪単価の違い**

例えば、四〇坪の家で標準仕様より四〇万円高いキッチンを採用すれば、坪単価は一万円上がりますし、他のグレードを上げたときも同様です。

**③形状による坪単価の違い**

同じ四〇坪の住宅でも形状によって坪単価は違ってきます。

次のA，B，Cの住宅が同じ面積とします。どれが一番高いでしょうか？




正解はCですね。Cの壁面積が最も大きくなりますし、出隅（ですみ・デッパリのこと）や入り隅（いりすみ・ひっこみのこと）は特殊な材料（役物・やくもの）を使ったり、手間が多くかかるからです。

# 第二章　住宅会社選びのポイント

次に、住宅会社の選び方について学んでいきましょう。

## 一．総合住宅展示場に行ってはいけない？

モデルハウスは別名「アリ地獄」とも呼ばれています。

一歩足を踏み入れると、簡単には抜け出せないようになっているんです。

えっ、「私は大丈夫！」ですって？

はい、これを読んでから行けば少しは安心です。

でも、くれぐれもご用心！

業者の甘い言葉にのってしまったばっかりに、
「思いもよらない高い建築費を払わされた」
「想像していた家と全く違う家ができてしまった」など
信じられない話が、ゴロゴロしています。

なぜわたしがそのような話を知っているのかというと、わたしは、住宅専門の経営コンサルタントとして、全国一五〇社以上の住宅会社を見てきたからです。

誤解のないようにお伝えしておきますが、わたしは「モデルハウスを見ては、絶対にダメだ！」
「そのような住宅業者で、家を建ててはいけない」と言っているのではありません。

勇気を出して踏み出した「はじめの一歩」が、納得できない家づくりへ向かうようなことになって欲しくないだけなのです。

また、無理して家を建てたばかりに、好きな趣味が何もできなくなった。ローン返済のために、奥さまが夜のアルバイトに出なければならなくなった、など。そんな話もよくあります。

「じゃあ、どうやって家づくりの情報を集めたらいいの？」
「モデルハウスを見なければ、実感がわかないよ」
そんな声が聞こえてきそうです。

「モデルハウスに、夢を見に行く」のは構いませんが、次の二点だけは、しっかり頭に入れておいていただきたいのです。

まず第一に、安心して暮らすために、決して建ててはならない家があります。

それは、必要以上に高い家です。

どういうことでしょうか？

住宅展示場やモデルハウスは、それぞれの会社が自社のＰＲのために建てたもので、坪数も大きく豪華な家がほとんどです。

そして、テレビや雑誌に登場するような家は、プロのコーディネーターが、センスよく、イメージよく残るように、こだわったインテリアにしています。

どうして豪華につくるのかというと、お客様は一度に複数の住宅展示場を見てまわります。たくさん見た中でも印象に残るようにしなければならないので、どうしてもお金をかけたつくりになってしまうのです。

実際、モデルハウスの中には、お客様が建築する二倍もの金額をかけているところもあります。これだけお金をかければ、素敵に見えて当たり前です。

ハウスメーカーは通常、数種類の仕様を持っています。普及品、中級品、高級品です。モデルハウスは最高級の仕様でつくられています。

モデルハウスと現実のギャップをいかに埋めるかが営業担当の腕の見せ所です。打ち合わせが進んだ時にさりげなく伝えたり、場合によっては、契約後にしか現物を見せません。営業担当は、お客様の夢を徐々に覚ましながら、現実を示していくのです。

ですから、必要以上に高いキッチンやユニットバスに目がくらんでムダな出費をしたり、展示場の仕様と実際に建築される仕様の差に気づかず、後になってから「しまった！」と後悔するような失敗は後を絶たないのです。

身の丈以上の買い物をしてしまえば、これから先の長い人生ずっと、ローン返済に苦しみ続けることになります。想像してみてください。ローン返済で身動きが取れず、何もできない生活を。

また、テレビ、新聞、ダイレクトメール、ホームページなどの広告を鵜呑みにしないことです。有名タレントのイメージは、その会社のすべてを表していません。また、何かの時にも責任を取ってくれることはありません。

## 二．販売・施工体制の違いを知る

住宅会社の販売・施工体制には大きく分けて４タイプあります。

**販売代理型**

あなたはメーカーと契約するのではなく販売代理店との契約になります。施工も下請工務を使うことも多いのです。

**施工分離型**

契約はメーカーですが、施工は子会社の施工会社です。実際の施工は下請工務店を使うこともあります。

**下請型**

契約はメーカーですが、施工は下請工務店が行います。

**直営型**

地域の工務店はほとんどがこのタイプです。

一覧すると次のようになります。

＜販売代理型＞

| |
|---|
| ハウスメーカー |
| 販売代理店 |
| 専門業者 |

＜施工分離型＞

| |
|---|
| ハウスメーカー |
| 施工会社 |
| 専門業者 |

＜下請型＞

| |
|---|
| ハウスメーカー |
| 下請工務店 |
| 専門業者 |

＜直営型＞

| |
|---|
| 工務店 |
| 専門業者 |

それぞれの段階で中間マージン（利益）が発生しますので、階層が増えるほど同じものでも高くなります。

よく大手の会社で「大量発注しているから安くできる」といいますが、それは材料だけのことであり、材料費は工事費全体の一五％を占めるにすぎません。仮に一〇％安く買えたとしても、一・五％のコストダウンにしかならないのです。一方で、工賃を安くたたけば、それなりの業者しか集まりません。

結局、**高いか安いかは中間マージンと自社の利幅が大きいかどうか**です。

## 三．モデルハウスや現場見学会で記名しない

**モデルハウスや見学会で記名しない**こと。実はこれが意外と重要なのです。

よいと思われる住宅会社や営業マンの見極めがつくまで、自分の正体を明らかにしないことです。

なぜ、うかつに記名してはいけないのでしょうか？

それは、記名すれば訪問や電話を断ったとしても、あの手この手でアプローチ（接触するための方法）が始まるからです。

また、記名することで会社のコンピューターに登録され、営業担当が決まります。そして担当替えはまずできないのです。

住宅は２万点もの部品と延べ２００人以上の人がかかわってできています。残念ながら、かかわる人の能力により出来（品質）が違います。よい会社、よい営業担当を選ぶことは、とても重要なことなのです。

本当にお客のことを考えている営業担当は、私の見たところでは、五人に一人くらいしかいません。その優秀な営業担当のまわりに優秀な設計担当、コーディネーター、工事担当、専門業者が集まっています。

会社選びとともに、営業担当選びは最も大切なことなのです。

車なら、好みでどの会社、どの営業担当を選んでも車そのものの当たり外れはないのですが、住宅はそういうわけにはいきません。

ですから、モデルハウスや現場を見学するときには、

**「記名しませんが見せてもらっていいですか？」**

と断って見学してください。

それで見せないような会社は、こちらからお断りすればいいだけです。

# 第三章　ライフプランと住宅資金計画

第一章で住宅に関する基本知識、第二章で住宅会社選びのポイントを学んできました。しかし、一番重要なのは何といってもこれから勉強するライフプランと住宅資金計画です。

ここからは、ちょっと堅い話になってきます。でも大事なことなので丁寧に解説していきますので、ついてきてくださいね。

マイホームづくりというと、すぐに資金計画とか、どの住宅ローンが有利かとなりますが、その前にいかにして収入と資産を増やしていくかという、パーソナルファイナンスの考え方が重要になります。

## 一．収入をいかに増やすかを考える

パーソナルファイナンスという言葉を聞いたことがありますか？個人及び家族が、人生の幸福を実現するため、誕生、成長、自律、成熟、老後といった長期にわたって収入を得、運用して資産を増やすことをいいます。

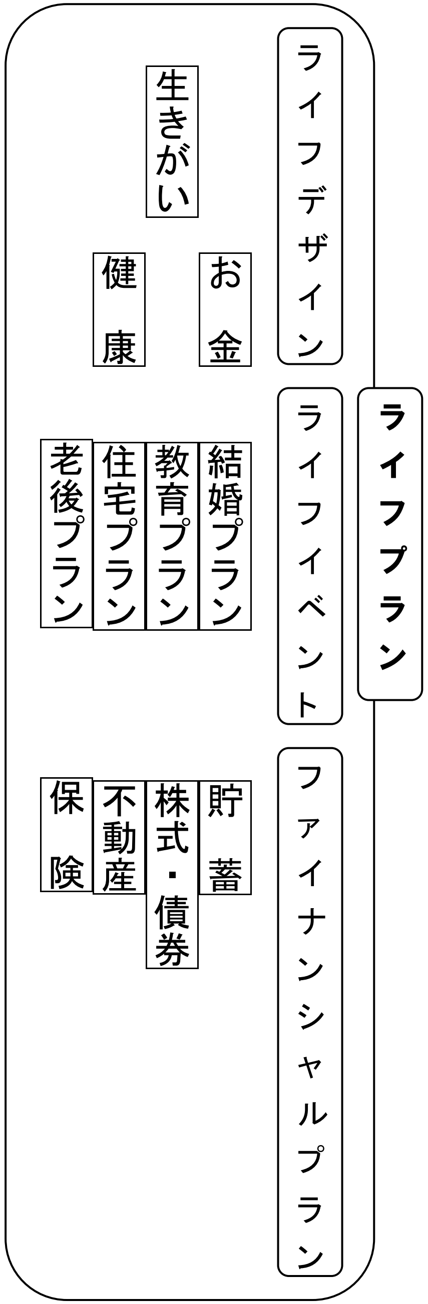
収入にはプラスとマイナスの変動リスク（危険）があり、個人の生活には、病気、けが、死亡などのリスクもあります。さらに資産の運用には投資のリスクも発生します。したがって、収入、資産運用、病気・死亡の３つの面にわたってリスクを回避、軽減、移転などの方法をとり、リスクを最小限にし、利益を最大にするためのパーソナルファイナンスプランを立てることが必要になります。

## 二．ライフデザインとライフプラン

パーソナルファイナンスプランの目的は、あなたが満足するライフデザインとそれに基づくライフプランを作成することです。ライフデザインとは個人の生き方であり、価値観の表現です。人の価値観は多様であり、経済的な豊かさ、精神的な豊かさ、時間的な豊かさなど、どの価値観を優先的に考えるかということです。

仕事についても、主人だけが働くのか、共稼ぎにするのか、会社員や自営業、職業選択の問題もあります。場合によっては転職も考えるかもしれません。

このライフデザインを具体的にしたものが、ライフプラン（生涯生活設計）です。




## 三、ライフイベント表の作成

ライフイベント表とは、家族の将来の予定、希望する計画を年代別に表すものです。キャッシュフロー表（現金収支）とともに、ライフプランを作成するうえで欠かせないものです。

ライフイベント表を作成する意義は

①漠然と考えていた家族の人生設計の再確認ができる

②将来に向けての夢と生涯学習のきっかけとなる

③イベントに必要な費用の数値化ができる

## 四．キャッシュフロー分析（現金収支）の作成

キャッシュフローとは、家計の全収入と全支出の資金収支とその金融資産残高をいいます。それをまとめたのがキャッシュフロー表です。キャッシュフロー表は、現在の家計の収支と将来の収支、貯蓄残高の推移を一覧できるため、家計の「体力」を年別に把握することができます。

## 五．住宅資金設計

私たちにとって、マイホームは人生最大の買い物であり、ライフプラン上の大きな目標です。マイホーム取得は、個人のキャッシュフローと資産形成に大きな影響を及ぼすものです。

マイホームは、ライフプランニングの視点からみると基本的に次のような面があります。

### ①資産としての住宅

住宅の資産価値は土地中心で増減する傾向があります。住宅それ自体の価値は次第に減少する一方です。近年では耐久性や高性能化で資産価値の減少率が低い住宅もみられるようになった。

### ②生活文化の場としての住宅

住宅は個人や家族が自らの生活文化を創り、歴史を刻む生活空間としての価値を生みます。

## ③住環境と住宅

住宅は、周囲の環境と一体となって価値を生みます。学校、病院、交通機関、住民意識などの住環境がよいか悪いかは、住みやすさ、暮らしやすさだけではなく、資産価値にも大きな影響を及ぼします。限られた生涯のキャッシュフローの中で、教育資金や老後資金を考えて、どの程度のお金を住宅にかけるかを考えることが大切です。

これからの経済は、右肩上がりで成長しません。給料も定期的に上がる時代ではなくなりました。

それに、マイホームができてからも、色んなお金が必要になってきます。新居となれば電化製品も新しいのが欲しくなります。一〇年も経てば、給湯器の故障や、屋根も劣化してきます。ドアの取っ手の交換や、クロスの張替えなども発生します。メンテナンス費用が意外とかかるものです。

また、公的年金受給額の低下が見込まれる中、老後資金が不足しないようにしたいものです。二〇歳代で早めに購入し、定年前にはローン返済を完了するとか、現役時代には社宅や賃貸住宅に住み、定年後、ローンなしにケア付きマンションあるいは二世帯住宅を建てるなど、多様な計画も考えられます。

いずれにしても、**住宅にすべてを注ぎ込むのではなく、子どもの教育や老後の生活設計まで考えた、資金計画を組む**必要があるのです。

## 六．自己資金の作り方

住宅を購入するにあたって、まず準備すべきことは自己資金をつくることです。自己資金とは、住宅ローンを組む時の頭金と、諸費用、引っ越し費用などを合計したものです。自己資金は購入金額の二〇％を準備したいものです。二〇％は厳しいと感じられるかもしれませんが、これには理由があります。

①諸費用が必要　②返済負担を軽くするため　③計画性を持つため

マイホームづくりは、計画性が最も大切です。無計画で浪費癖のある家計では、ローン返済も厳しくなるでしょう。

二〇％の自己資金が用意できるだけの計画性と生活習慣のある家計なら、住宅ローン破産は心配ないでしょう。

色々と、堅苦しいことを書いてきましたが、以上のことは原理原則であり、一般論にすぎません。安全圏の住宅ローンが破たんすることもあるし、幸運もあるかもしれません。

一生の買い物です。基本をしっかり押さえておくことは大切なことです。稼ぐに追いつく貧乏なしというように、ライフプランと資金計画を立ててみることをお勧めします。

また、どの住宅ローンを選ぶか、変動金利がいいか固定金利か、という議論も一長一短があり、どちらがよいとは一概にはいえないのです。一〇年先どころか明日のことも分からない時代です。メリット、デメリットを勉強した上で、ある程度納得して選択をするならそれでよいと思うので、ここで詳細は書きません。あえていえば、第三者の専門家に相談してみることをお勧めします。

# 終章

欠陥住宅問題を解決するために、平成十二年に住宅に関する品質確保促進法が施行されました。

この法律では、建物の基本構造部分は最低十年の瑕疵（かし）担保責任（欠陥や不具合があった場合、無償で手直しすること）が義務付けられました。

さらに、住宅の性能を統一基準によって第三者が評価する「住宅性能表示制度」もできました。

この他にも、地盤保証や住宅性能保証、住宅完成保証などの保証制度、さらに、長期優良住宅やＺＥＨ（ゼッチ）など、専門的に教えてくれる人がいないと概要すら理解することが難しいですね。

家づくりに失敗しないためには「建築現場をたくさん見て勉強する」ということは正しいことですが、何回も見るだけの余裕があるとは限りません。それに、構造の良し悪しや、造りを判断するのは素人には難しいものです。見るポイントがわからないし、何を聞いていいのかもわかりません。

通常、専門的なことは、各種学校などで勉強するのが一般的ですし、中立的な立場で相談にのってくれる専門家がいるものです。法律のことなら弁護士、税金のことなら税理士、年金のことなら社会保険労務士などです。

不動産の売買は第三者の仲介業者が入るのは当たり前です。最近では、スポーツの世界でも、プロ選手が代理人をつけるのがめずらしくなくなってきました。

玄人と素人の交渉事では、断然、玄人の方が有利です。それを少しでも対等な交渉に持っていくために専門家に相談したり、代理人を使うのです。

ところが、マイホームを建てるときは、売り手である業者に相談するしかないのが現状でした。

マイホームは、一生に一度の大事業ですから、代理人をつけて業者と交渉した方が有利にことを運べます。最低限、専門家のアドバイスだけでも受けられた方がいいでしょう。

最近では、ファイナンシャルプランナーや住宅コンサルタントのような住宅ローンの相談や土地購入のアドバイス、業者の斡旋をしてくれるところもでてきましたが、自分の得意分野に限られ、総合的なコンサルティングをしてくれるところはほとんどありません。

わたしは、「マイホーム希望者」と「住まいづくりのプロ」が利害関係にあるのではなく、お互いに交流し、学びあい、理解しあえる対等な関係づくりが大切だと考えています。

そのためには、仲人のような役割を担い、場所とサービスを提供する専門家が必要なのです。

最後までお読みになって、あなたはどんな感想をもたれたでしょうか？

「マイホームづくりも大変ね」。

それとも、「少しは落ち着いてマイホームづくりにチャレンジする余裕がでたよ」でしょうか？

あなたのマイホームづくりが「幸せのマイホーム」になるように祈っています。

## マイホームづくり失敗談

**【失敗例１】**

土地の申し込みをしたら、「手付金は現金で。三か月以内に工事請負契約を結ばないとローンは使えません」と不動産屋さんに言われてびっくり！　知らなかった。

**【失敗例２】**

「この辺の地盤は大丈夫」という話をうのみにしたが、工事開始直前に念のために地盤調査をしたら敷地の半分が軟弱地盤と言われた。地盤改良に八十万円。痛い出費。

**【失敗例３】**

「三月中の契約なら二〇〇万円値引きします」と言われ、詳細を確認せずに契約。でも設備や内装に満足できず、後からアレコレ変更したら結局二〇〇万円以上の追加費用がかかった。

**【失敗例４】**

竣工検査で見つけた不具合の工事ややり直しに時間がかかり、仮住まいが一カ月延期！中には工事中にチェックすれば防げたものがいくつかあった。家賃がもったいない！

**【失敗例５】**

引っ越しは春休みに、と漠然と思っていたが完成間近に見積りを取ると三月は二月に比べると一・五倍も高いことを知った。早く知っていたら二月引き渡しにしたのに。

**【失敗例６】**

登記と住宅ローンの契約の時に一二〇万円の現金支払いが発生！手元に一〇〇万円しかなかったので、泣く泣く定期預金を解約し費用に充てた。こんなにかかるとは。

**【失敗例７】**

子どもたちの小学校入学の四月には新居ライフをスタートしたかったのに、引き渡し日をしっかり決めなかったので工事がズルズルと長引いた。結局引っ越しはＧＷになった。

**【失敗例８】**

建てたい家のイメージが固まっていない段階で見積りをもらったのは失敗。予算内に収めることばかりを重視してしまい、手狭で妙にシンプルな家になってしまった。

成功例は様々あるが、失敗に不思議な失敗なし！