

第三に、工事は基本的に自社の大工が担当していること。家づくりにはさまざまな工程、作業がありますが、基本になるのはやはり大工工事です。品質を確保する意味でも、自社大工かどうかを確認しましょう。

第二に、受注の仕方がチラシなどの広告ではなく、紹介が多いこと。紹介が多いということはそれだけ施工やアフターサービスなどに信用があるという目安になります。

紹介が多いことは信用の目安

第一に、家づくりに対するモットーをはっきり打ち出していること。どんな家づくりを目指しているのか、何を提案するのか、会社の姿勢がはっきりしていることが重要です。設計に自信があるとか、自然素材に力を入れているとか、低価格重視でもいいでしょう。そういうモットーがないと、自分たちが欲しい家に相応しい工務店かどうか判断しづらいでしょう。

よい工務店を見分ける10のポイント

では、どうすれば高い施工能力と家づくりに対する情熱を兼ね備えた工務店を見分けることができるでしょうか。私なりに10のポイントにまとめてみました。

第四に、打合せの際に、できることとできないことをはっきりいうこと。契約欲しさのあまり、できないことや無理なことまで口約束する工務店もあります。「あれもダメ、これもダメ」というのも問題ですが、あまりに「なんでもできます」という受け答えには注意したほうがいいでしょう。

第五に、見積りの内容についてきちんと説明してくれること。見積りは契約に至る重要なステップであり、総額とともに根拠となる内容の確認が欠かれません。それなのに契約をせかしたり、値引きや無料オプションなどの話ばかりするようでは問題です。

施工中の現場は実力がわかる

第六に、施工中の現場を喜んで見せてくれること。施工中の現場には、その工務店の実力が素直に出ます。不思議なもので、素人の人でも雰囲気わかるようです。施工中の現場をあまり見せたがらないとしたら、その時点で何か変だと思ったほうがいいでしょう。

第七に、施工中の現場が整理整頓されていること。これは、非常に重要なポイントです。いくら口ではりっぱなことをいっていても、現場が汚いとこ

■工務店を見分ける10のポイント

- 1 家づくりに対するモットーをはっきり打ち出している
- 2 チラシなどではなく紹介での受注が多い
- 3 自社で抱えている大工が工事を担当する
- 4 できることと、できないことをはっきりいう
- 5 見積りの内容についてきちんと説明してくれる
- 6 施工中の現場を喜んで見せてくれる
- 7 施工中の現場がきれいに整理整頓されている
- 8 年間施工棟数がある程度多い(50棟程度が一つの目安)
- 9 新しい技術やトレンドなどにも挑戦している
- 10 経営者の自宅の場所がわかる

ろは職人の指導が行き届いていない証拠ですし、要注意だと思えます。

第八に、年間施工棟数がある程度多いこと。多ければ多いほどいいというわけではないですが、逆に棟数が少なくなると、価格に跳ね返ってきます。商店街の電気店と大型スーパーで電池の値段がかなり違うのと同じです。目安として、年間50棟程度施工していれば大丈夫だと思います。

第九に、新しい技術やトレンドなどにも挑戦していること。建築物は何十年も使うものなので信頼性が重要ですが、それでも新しい技術やデザインの

トレンドなどがあり、それらを取り入れる姿勢も欠かせません。「うちは昔からこのやり方だ」の一点張りというのは、姿勢に少々疑問を抱かざるを得ません。

最後に、経営者の自宅の場所がわかること。私は会社のすぐ横に自宅があります。これは仕事に便利というだけでなく、逃げも隠れもしないというメッセージでもあります。休みの日に何かあれば、自宅に電話をしてみようという気持ちです。

以上、あくまで一つの目安ですが、参考にしてみてください。

末長く安心して暮らせる家づくりのために 工務店との正しい付き合い方

一戸建てを建てる時、依頼先の有力候補の一つが工務店です。その数は日本全国で10万とも20万ともいわれ、ハウスメーカーなど大手住宅会社の工事についても実際には各地の工務店が手がけています。実力と実績を備え、志の高い地域工務店と上手に付き合えば、末長く、安心して暮らせる家づくりが実現するでしょう。

株式会社トータルハウジング久野 代表取締役社長 久野新一

日本の住宅市場の変化

フローからストックへの転換

私は神奈川県相模原市で3代続く工務店を経営しています。18歳から大工修業を始め、27歳のときに父親の跡を継ぎ、現在は年間100棟ほど、個人住宅やアパートを手がけています。家づくりに携わって25年以上。私は、日本の住宅市場が変わりつつあると感じています。

かつては、ちょっと傷んだり古くなったらすぐ建て替えるスクラップ・アンド・ビルドが目立ちました。住宅もテレビや自動車と同じ耐久消費財だったのです。そのため、住宅展示場にモデルハウスを出しているハウスメーカーや、新聞やテレビで名前をよく見る大手のほうで安心と考える人が多くいらっしやいました。知名度や会社の規模が家づくりの重要な判断基準だったのです。

しかし近年は、耐震性や省エネ性能など住宅の質はどんどん向上し、温暖化対策や廃棄物削減の観点などからもメンテナンスやリフォームをしながらかつては、いわば「フローからストックへ」の転換が進んでいるのです。

長く安心して住むための「ホームドクター」として

そこで注目されるのが工務店です。実は、昔もいまも実際に現場で家づくりに携わっているのは、全国で10万とも20万ともいわれる地域の中小工務店です。ただ、数が多いだけに経営規模や力量は千差万別。家を建てる人へのアピールや説明もあまりうまくありません。顔が見えにくく、ややもすると十把ひとからげに誤解されたりすることもありました。

しかし、なかには高い施工能力や家づくりに対する情熱を兼ね備えた工務店があります。そうした工務店ほど、施工主との信頼関係やコミュニケーションを大切に、完成したあとも末長く気持ちよく住み続けてもらうために、細かなメンテナンスやリフォームなどにも手間を惜しみません。

欧米では、家づくりはもっぱら地域の住宅会社の仕事といわれます。日本でも、それぞれの地域の気候風土を知り、施工主のすぐそばにいていつでも気軽に相談できる、いわば住まいの「ホームドクター」としての工務店の役割が、どんどん大きくなっていくのではないかと思います。