

# 工務店と ハウスメーカーの 違いがよくわかる本



ハウスメーカー・工務店・設計事務所、各社の違いを  
徹底解説!! 価格のカラクリ、オプションの仕組み  
資金計画の落とし穴、工法の違い…

家づくりを  
始めた方  
大絶賛!!



# **工務店とハウスメーカーの 違いがよくわかる本**

## 〇はじめに～本書の上手な読み方

家を建てたい、買いたいと思ったとき、どの会社に頼むかは、迷うところではないでしょうか。

テレビで頻繁にCMを流している大手ハウスメーカーから、地元の中小工務店、はたまた設計事務所まで、その手段は多岐にわたり、ちょっと見ただけでは、どこがどのような特徴を持っているのか、なかなかわかりません。

この本では主に、一般的な住宅を数多く手がける工務店と大手ハウスメーカーの違いを明らかにしながら、その特徴や問題点を上げています。

皆様の家づくりの参考になれば、幸いです。

FAMILY-HOUSE

## 目次

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| ○はじめに～本書の上手な読み方       | ・・・ 3 |
| ○目次                   | ・・・ 4 |
| ○マイホームをつくるなら          | ・・・ 6 |
| ○各社の特徴～①大手ハウスメーカー     | ・・・ 8 |
| ○各社の特徴～②工務店           | ・・・ 9 |
| ○各社の特徴～③設計事務所         | ・・・11 |
| ○価格表示、各社の違い           | ・・・13 |
| ○価格表示のカラクリ～①メーターモジュール | ・・・15 |
| ○価格表示のカラクリ～②経費        | ・・・16 |
| ○価格表示のカラクリ～③延床面積      | ・・・17 |
| ○「オプション」の使われ方         | ・・・18 |
| ○資金計画書の落とし穴           | ・・・19 |
| ○会社による工法の違い           | ・・・21 |
| ○工務店が施工する木造軸組工法       | ・・・22 |
| ○ハウスメーカーが施工するツーバイフォー  | ・・・23 |

## 目次

|                |       |
|----------------|-------|
| ○何でもあり、と軸組一筋の差 | ・・・25 |
| ○現場見学会に参加しよう   | ・・・27 |
| ○現場監督から見えてくるもの | ・・・29 |
| ○完成後見学会のメリット   | ・・・32 |
| ○キャンペーンはお得？    | ・・・33 |
| ○抽選会に当選した！？    | ・・・35 |
| ○作り手の顔が見える家づくり | ・・・37 |
| ○土地の上手な探し方     | ・・・38 |
| ○無名vs有名        | ・・・39 |

## ○マイホームをつくるなら

家を建てるときは、資金計画、土地、間取りや設計など、考えなければならないことが、たくさんあります。なかでも「実際に家の建築をする会社はどこを選ぶか？」は、特別重視したい部分です。

家の建築をする会社は、大きく分けて次の3つが挙げられます。

- ・大手ハウスメーカー
- ・工務店
- ・設計事務所

「どこに頼んでも、家づくりのプロなんだから同じじゃないの？」と思われるかもしれません。

もちろん同じプロですが、実際よく調べてみると、各社それぞれに特徴があり、違いがあるのです。

ここでは、主に、大手ハウスメーカーと工務店の特徴を比較しながら、皆様と家づくりについて考えていきたいと思います。



## ○各社の特徴～①大手ハウスメーカー

大手ハウスメーカーの最大の特徴は、会社の規模が大きく、知名度が高い、ということです。テレビCMなどで強力な広告宣伝をしているため、会社名はかなり浸透していると言えるでしょう。一部上場している企業が多く、会社としての安定感も魅力の一つです。住宅に商品名をつけて、全国的にブランド展開をしているものもあり、ブランド指向の強い層にアピールしています。

CMでは、広い間取りに洒落たインテリアと美しい庭がある、夢のような住まいが登場します。そこで、親子に扮したモデルたちが、幸せそうな家族の姿を演じています。

このような家を体感できるのが、大規模な住宅展示場にある贅を尽くしたモデルハウスです。CMの「夢の暮らし」を実際に目で見て、豪華なパンフレットを手にとると、家づくりへの憧れが一層ふくらむのではないのでしょうか。

人材が豊富なことも、大手ならではの強みです。人当たりがよく、話しやすい営業マンや、洗練されたコーディネートをおアドバイスできるインテリアコーディネーターがいて、マイホームへの夢を実現すべく、あれこれプランを出してくれます。

資金計画から家の設計まで、「大きな会社はすべて揃っている」という安心感を覚えられることも、メリットだと言えるでしょう。



## ○各社の特徴～②工務店

工務店の規模は、大工さん一人で経営しているような小さい所から、百人以上の従業員で年間1000棟ほどの家を建てている会社まで、いろいろあります。しかし、大手ハウスメーカーのように全国的なCMを放映するような規模のものではなく、いわゆるブランド力には欠けると言わざるを得ないでしょう。

モデルハウスを持っている工務店もありますが、大手ハウスメーカーと比べると、そこまで豪華なものでもなく、スーツをさっそうと着こなし、話術を訓練された営業マンもいないか、いてもごくわずかです。

それでも、工務店で家を建てよう、という人は大勢います。「建てて良かった」という、喜びの声も多く聞かれます。

なぜなら、工務店の最大の特徴は、「地域密着」であるからです。

社長から社員、職人までが地元に住み、会社の看板を背負って仕事をしています。もし変な評判でも立ったら、地元で生き残ることはできません。ですから何事も真剣勝負、手抜き工事などもってのほかです。

お客様の要望に、きめ細かく応えてくれるのも工務店の利点です。大手ハウスメーカーでは敷居が高くて、相談しにくいような些細なことも、親身になって聞いてくれます。

例えば、大した金額にならないような、ちょっとした注文にも応じてくれるとか、困ったことがあったら、電話1本ですぐかけつけてくれる、などということです。

地元で長年続く会社が多いので、地域情報もよく知っています。病院や学校、保育園、公共施設のことなど、特に引っ越してくる人には、心強い味方となるでしょう。

工務店は、地域での信用と実績で成り立っています。

したがって、必要以上の過大な宣伝をしたり、豪華なパンフレットを作ったりはしません。つまり、広告宣伝費に多くのお金をかけません。

また、大勢の営業マンを雇うこともありませんし、出店費用の高額な、大規模住宅展示場にモデルハウスを建てたりもしません。そうして広告宣伝費や経費を抑えることによって、住宅そのものを、適正価格でお客様に提供できるのです。

ですから、同等レベルの住宅の価格を比較した場合、広告宣伝費、人件費にお金をかける大手ハウスメーカーより、工務店の方が良心価格である、ということがよくあることなのです。

## ○各社の特徴～③設計事務所

家づくりにこだわりを持ち、個性的な家を建てたいと思う人に適しているのが、設計事務所です。

「建築家のつくる家」というものは、こだわり派にとっては何か特別な、魅力的な響きがあるのかもしれませんが。

ところで、日本では、建築家という名称の資格はありません。設計事務所で建築を手がける人は、建築士(1級、2級、木造)という国家資格を持った人なので、ここでは「建築士」と呼びます。

数ある設計事務所の中から、自分にとって最適の1つを選ぶのは、かなり骨の折れることです。

なぜならば、建築士のタイプは千差万別で、お客様の要望に応えながら図面を引く人から、家づくりを芸術ととらえ、自分のこだわりを前面に押し出すデザイナー、アーティストタイプの人までいるからです。

そういう人と、自分の家づくりについて対等に話しあうには、ある程度の知識を蓄えておく必要があります。

また、設計事務所で家を建てる場合の多くは、施工する会社は別会社になります。数社の施工会社から見積もりをとって、施工する会社を決めるのが一般的ですが、この場合に発生する設計費用が各事務所によって違います。

一般的には総工事費の数％であったり、坪数×単価であったりしますが、建築士によっても違いがあり、この理由は素人ではなかなか理解しにくいものです。

有名な建築家のいる、大きな設計事務所だったら人材もたくさんいて、自分に合った人もいるのでは、と思ってしまうがちですが、そういう大きな事務所は、文字通り、ビル、病院や官公庁など大きな建物を建てるところです。個人向けの住宅は扱っていないか、扱っていたとしてもあまり力を入れているとは言えないでしょう。

もちろん、あなたと二人三脚で良い家づくりに奔走してくれる事務所もあるはずです。そういう事務所を探すために、多少の労力を使うことを覚悟し、費用の面でも余裕があれば、設計事務所は、あなたの理想の家づくりの心強いパートナーとなることでしょう。

## ○価格表示、各社の違い

住宅会社を選ぶとき、価格は気になる場所です。

高い買い物ですから、少しでも安く、内容の良い住宅を探したいものです。

ここで注意したいのは「住宅の価格の表示方法には、決まりごとがない」ということです。

どのような価格表示をしても自由なので、会社によって「本体価格」と「引渡し価格」(最終的にお客様が払う価格)に大きな差が生まれることがあります。

例えば、適正価格の住宅を提供している工務店の表示方法は、「本体価格」+「屋外給排水設備」=「引渡し価格」となります。この場合、「本体価格」には、生活に必要なカーテンや照明器具、そして住宅会社の経費を加えたものが入っています。

いわば、「すべて込みの価格」が「本体価格」であり、追加料金は、本当に必要な屋外の給排水設備のみということになります。

一方、ハウスメーカーの表示方法は一般に「本体価格」+「オプション、カーテン、照明器具、経費など」+「屋外給排水設備」=「引渡し価格」としています。

ここでいう「本体価格」には、生活に必要なものが何も含まれていません。会社の経費も入っていません。ですから、本当の引渡し価格は、本体価格を大幅に上回ってしまいます。

しかし、表示方法は自由なわけですから、後者（ハウスメーカー）は他の費用を含まない、「安い本体価格」を大々的に宣伝できるわけです。

前者（工務店）では、生活に必要不可欠なカーテンと照明器具を、最初から本体価格に含んでいます。

すると、本体価格だけの比較では、全部込みの工務店価格のほうが、何も含んでいないハウスメーカー価格より高くなってしまふ、というわけです。

住宅の価格はこのように、一見ただけではわかりにくい、複雑な表示になっています。

「本体価格」の示す内容をよく読み、広告を注意して見る必要があります。



## ○価格表示のカラクリ～①メーターモジュール

ここからは、住宅の見積書の中にひそむ、価格のカラクリについて説明します。ズバリ言う「住宅価格を安く見せる方法」です。

家の大きさを表す単位は、メーターモジュールと尺モジュールがあります。メーターモジュールで図面を描くと、同じ間取りでも、面積は尺モジュールより約20%大きくなります。つまり、大きな面積で金額を割り算するので、表示する坪単価が安くなる—安く見える、ということになります。

メーターモジュールも、尺モジュールも、間取りが同じなら仕様や設備は変わりませんが、メーターモジュールで作ると廊下や階段が広がるので、住む人にとってメリットがあることも確かです。

しかし、尺モジュールで作った場合と同じ間取りで、表示する坪単価が安くなる、ということが住宅会社にとって大きなメリットであるようです。

## ○価格表示のカラクリ～②経費

住宅を取得するときにかかる費用は「本体価格」+「付帯工事」+「諸費用」+「経費」+「消費税」＝最終的な引渡し価格となります。

「諸費用」は、住宅ローン保証料や手数料、登記費用、印紙代や火災保険など、必要不可欠な費用です。

では「経費」とは何の費用でしょう？

これは、住宅会社がかけた経費です。すなわち、営業経費、広告宣伝経費などのことです。

大手ハウスメーカーの場合は、工事を下請け工務店にさせるので、この分の経費もかかります。

なかには、これらの経費を加算しないで、単なる本体価格を面積で割り、坪単価を安く見せかける表示をしている会社もあります。そして最終的に経費を増やすので、引渡し価格は上がってしまうのです。

経費を見積りと別にするのが悪いわけではありませんが、お客様のことを考えている住宅会社は、経費を込みにした坪単価を表示しています。最終的に支払う金額がいくらになるか、という視点で、広告の価格表示を見るようにしたいものです。



## ○価格表示のカラクリ～③延床面積

住宅のチラシなどを見ると、家の面積が「延床面積」と「施工床面積」という、2通りの言葉で表示されているのに気づきます。この違いは何でしょうか？

「延床面積」とは、建築基準法上の面積のことです。実質的な家の面積と言ってもいいでしょう。

「施工床面積」とは、玄関ポーチやバルコニーなど、家の外部で工事をした面積も加えたものです。当然、延床面積よりも、施工床面積の方が大きくなります。

そして、坪単価は、施工床面積で計算した方が、安くなります。昔の坪単価は、延床面積で計算するのが普通でしたが、現在ではほとんどの会社が、施工床面積で計算しています。まれに延床面積で計算する会社もあるようですが、この計算方法の違いを知っておくと、坪単価の表示方法への理解がさらに深まります。

## ○「オプション工事」とは

「オプション工事」というのは、住宅の見積書に必ずといっていいほどついているプランです。良心的な住宅会社では、「あれば便利だけど、なくてもいいもの＝どうしても必要なものではない」設備のことをオプションとして、別途費用を提示しています。例えば、ウッドデッキや階段下収納、勝手口と外土間・・・など、いわゆる付帯設備のことです。

ところが、一部の住宅会社は、カーテンや照明器具など生活に必要な不可欠な設備を、オプションとして組み込んでいます。そして、住宅本体とは、別の価格をつけるのです。

もちろん、前の家で使用していた備品を転用できれば、安上がりで済みます。しかし、カーテンは窓の大きさが違えば役に立たないし、照明器具も部屋の大きさに合ったものが必要になり、前の家で使っていたものを使うわけにはいかなくなります。

どうしても必要なものだけ、オプション工事でつけるようにしましょう。

## ○資金計画書の落とし穴

家づくりで重要なのは、土地や間取りなど多岐に渡りますが、やはり一番大切なことはお金です。家の購入を相談したとき、住宅会社は資金計画書を作成します。これには、定められた書式がないので、各社様々な形式で作りますが、内容はどこもほぼ同じです。

一部の会社は、2つの落とし穴を用意しています。

**【落とし穴1】 見積書に入れると家の値段が上がってしまうものは、オプションとして資金計画書に入れる。**

この代表的なものは、やはりカーテンと照明器具です。

これらは、住宅に必要不可欠なものです。しかし、見積書に入れると単価が上がってしまうので、とりあえず別途としておきます。

しかし、お客様にきちんと、カーテンと照明器具を加えた最終的な価格を説明すれば、少しも悪いことはありません。問題は、そういうことを説明しない業者も少なからずいる、ということです。そういう業者にあたってしまうと、「最終的に支払った金額が、最初の見積りよりかなり高くなってしまった」ということになってしまいます。

なお、カーテンの値段はピンからキリまであり、平均的なもの

でも40坪の家で30万、少し良いもので80万はかかります。資金計画の中で、予め予算をとっておいたほうが賢明です。

### **【落とし穴2】 内訳のわからない経費が入っている**

現場経費、運搬費、地盤調査費、シロアリ補償費、工事中の火災保険料、労災保険料・・・これらの経費が資金計画書に載っている会社は、要注意です。

これらは、住宅会社がかけている経費であり、本体価格を安くしても、経費を別にして客に負担を強いるものとなっています。「この経費は何ですか？どうしてこの値段になるのですか？」と説明を求めましょう。

この説明をきちんとしない会社は、残念ながら良い会社とは言えません。

## ○会社による工法の違い

家の建て方には、様々な工法があります。  
木造建築だけでも、軸組工法、ツーバイフォー、木質パネル工法などがあり、それぞれ特徴があります。

さらに、鉄筋コンクリートや鉄骨造りなども選択肢に入れると、どれがいいのか迷ってしまうことでしょう。

しかし、湿度の高い日本の気候に、断然マッチしているのは、木造建築です。木造建築の工法は、住宅会社によってかなり違いがあります。

工務店では、ほぼ100%、木造軸組工法を採用しています。これに対して、大手ハウスメーカーは、ほとんどがツーバイフォーを採用しています。

木造軸組工法は日本で生まれ、古くから使われてきた伝統的な家の工法であり、ツーバイフォーは北米で生まれた工法です。

では、それぞれの工法の特徴を詳しく探ってみましょう。

## ○工務店が施工する木造軸組工法

木造軸組工法は、家づくりの最も基本的な工法で、在来工法とも呼ばれています。基礎に木の土台を乗せ、その上に木の柱を立てて骨組みを作り、筋交いなど斜めに入れた木材で、骨組みを補強しながら、頑丈な家を作っていきます。

出来上がった家は、やさしい木の香りに包まれています。木で作られた家なので、言わば、暮らしながら森林浴をしているかのような心地良さが味わえます。

木造軸組工法は、職人が一本一本、吟味された木材を使い、昔から伝承された技で組み立てていきます。柱と梁で構成されているので、他の工法に比べて設計の自由度が高く、増改築が容易にできるという長所もあります。職人の技が最も生かされる工法なので、工務店は、ベテランの職人や、腕のいい職人のかかえています。工務店で家を作った人の満足度が高いといわれる理由は、こういう点にもあるのでしょう。

現在では、木材の加工技術もレベルアップし、今まで以上に耐震性、耐久性に優れた木材もあります。

先人たちが知恵を絞り、現代に伝えてきた「経験の積み重ねによる改良」がまさに生きている工法、と言えるでしょう。

## ○ハウスメーカーが施工するツーバイフォー

ツーバイフォーという工法は、カラッとして湿度の低い、アメリカやカナダで生まれた工法で、木造枠組壁工法ともいいます。日本の伝統的な「軸」組に対して、フレーム状の角材で枠を作り、そこに合板の「壁」を打ち付けます。丈夫でひずみにくい、六面体の箱型なので、耐震性や断熱性に優れています。

ツーバイフォーは、使う材料も建てる方法もマニュアル化されているので、工場で大量生産できる、効率のいい方法でもあります。

ツーバイフォーや木質パネル工法は、木造軸組工法に比べ、熟練の技を必要としません。工場で生産された材料を現場に運び、手順さえ覚えれば、経験の浅い職人でも簡単に創り上げることができます。工期も短く、誰が作っても品質にばらつきがなく、効率的に作れるので、大手ハウスメーカー並びに、腕のいい職人がいない住宅会社では、ツーバイフォーやパネル工法を積極的に採用しているのです。

ところで、「シックハウス症候群」という言葉は、テレビニュースでもずいぶん取り上げられていたので、ご存知の人も多いと思います。

新築の家に入居したら、頭痛や吐き気、めまいなどで体調を崩してしまった、という残念な症状です。せっかく夢にまでみた

マイホームが完成したのに、体を壊しては元も子ありません。

このシックハウス症候群を起こす原因は、建材(ベニヤ板)の接着剤から出る有毒な化学物質(ホルムアルデヒド)だと考えられています。ベニヤ板を使うのは、主にツーバイフォー工法や、パネル工法の家です。

雨の日に、建築現場でベニヤ板がびしょ濡れになって放置されていることがあります。接着剤が雨で溶け出したら大変です。耐震性や断熱性に優れているツーバイフォーですが、高温多湿の日本の気候に向いているかと言われたら、疑問が残ります。



## ○何でもあり、と軸組一筋の差

家の工法は、今までにあげた「木造軸組工法」「ツーバーフォー」「木質パネル工法」以外にも、まだまだあります。木造にこだわらなければ、鉄筋コンクリート造りでも、鉄骨造りでも、家は建てられるのです。

ハウスメーカーの中には、これら多くの工法を採用して「我が社はどんな工法でもできます」「お客様のお好きな工法をお選びいただけます」ということをアピールしている所もあります。

しかし、そういう会社は結局、中途半端といえるのではないのでしょうか。

様々な工法を使うので、建材の大量一括仕入れができず、コストが上がる、専門性の高い職人が育たず、どの工法にも経験が少ないので、トラブルの解決法も限られてしまう・・・など、「広く浅く」となってしまからです。

その点、昔ながらの木造軸組工法にこだわり続けてきた工務店の家づくりは、やはり信頼がおけるものです。

日本で生まれた工法一つにこだわり、実績を作ってきた工務店と、外国の工法などをたくさん取り入れているハウスメーカー。

それらの長所が、自分のニーズにあっているか、という視点で考えてみたいものです。



自分のニーズにあっているかどうか、考えてみましょう。

## ○現場見学会に参加しよう

工務店とハウスメーカーの違いなどについて述べてきましたが、それでも、どの会社を選べばいいのか、迷う人がたくさんいることと思います。

そんな人に、重要な情報がたくさん得られる場所—それが建築途中の現場見学会です。

その会社が手がける建築現場を、実際に自分の目で見て確かめることは、モデルハウスを見るよりも、ずっと現実的で役に立つ場合が多いことでしょう。

でも「現場を見ても素人には良し悪しが判断できない」「専門家を相手に、何を質問すればいいのか」と不安に思う人もいるかもしれません。

ご心配なく。現場見学会に参加するからといって、専門的な質問を用意する必要はありません。勉強していくのはいいことですが、付け焼刃的な知識をつけても、百戦錬磨の専門家にはかなわないものです。

ただダラダラと見学することのないように、以下のチェックポイントを参考に、その会社の雰囲気を感じ取ってください。

- ・車の置き方や、ゴミの出し方に配慮がされているか。
- ・資材などがきちんと整理整頓されているか。
- ・現場に吸殻や空き缶が散らばっていないか。
- ・営業マンと施主との会話は、なごやかであるか。

建築の専門的なことはわからなくても、これらをチェックするだけで、何らかの情報が掴みとれることでしょう。

なお、建築現場の見学会は危険だから行わない、という会社もありますが、そんな会社を選ぶのは論外です。

見学会を行う、ということは、仕事に自信があるからです。どこを見てもらっても大丈夫、という会社は、信頼できます。

ですから「現場見学会を頻繁に行っている会社」は、住宅会社選びの大事なポイントになります。

## ○現場監督から見てくるもの

現場見学会に参加するとき、ぜひとも注目してもらいたいの  
が、現場監督です。

現場監督の役割は、現場を管理し、期日までに家をお客様  
に引き渡すことです。

家づくりには、多くの工種の職人、業者が出入りして施工を行  
います。現場監督の任務は、その人たちをまとめ、段取りをつけ  
て指揮監督をするという、重要なものです。

具体的には

- ・施工図の確認
- ・実行予算の管理
- ・工程表の作成
- ・工事の段取り、工事中の現場管理  
(図面通り現場が進んでいるかをチェックする)
- ・アフターサービス

などが挙げられます。

このような重要な任務を負う現場監督ですが、特に必要な資  
格はありません。

建築士免許(1・2級)、施工管理技師免許(1・2級)を持っ  
ていることが望ましいのですが、えてして、住宅会社の現場監督と  
いう人は、若い人が多く、これらの資格を持っていないことが多

いのが現状です。

監督という言葉から、ある程度キャリアを積んだ人が想像されます。しかし、実際は若い人が多いという理由の1つに、「住宅会社の花形は営業マンである」ということがあります。

現場を格下に見る風潮があるため、現場監督の職は比較的つきやすいものとなり、若い人材が多くなるのです。

会社によって違うので、一概には言えませんが、一人で5棟～10棟を担当しているのが平均的と言われています。ですから、1つの現場に常駐していることはまずありません。

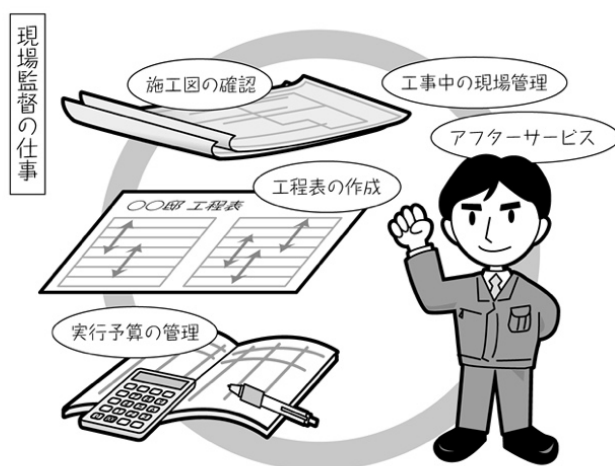
現場見学会で現場監督に会えればいいのですが、もし会えなかった場合は、住宅会社の社員に、どんな人が現場監督をやっているのか聞いてください。できれば、工事の現場で会わせてもらい、実際に話をすることをおすすめします。

あなたの家づくりに関する熱意を、現場監督に話してみて、その反応を確かめてください。

現場を管理する監督が、頼りない人だったり、約束を守らない人だったりすると、うまくいきません。年齢が若くとも、きちんとした会社ならば、監督への教育もできています。あなたの話にも、誠実に応じてくれることでしょう。実際に話すことで、こちらの熱意を理解してもらい、監督のやる気を引き出すこともできます。

家づくりは、現場が命です。

現場監督について知ることは、住宅会社選びの大きなポイントになります。



現場監督とも話をしてみましょう。

## ○完成後見学会のメリット

住宅会社の中には、週末にバスを仕立てて、入居中の家を見せてもらえる「見学会」を行う会社もあります。その会社が建てた家で、実際に暮らしている人が、家を公開してくれるのです。これは、家づくりを考えている人にとって、とても参考になることでしょう。

たいていは、その家の住人（オーナー）と会話ができることになっています。住み心地、使い勝手の良さ、プランづくりから建築への流れなど、その会社で家を建てた「先輩」から直接話を聞けるのですから、こんなに心強いことはありません。

相手は、他人が自分の家に入り込んで、あれこれ見学することを許している人なのですから、この機会に、住宅会社のスタッフには聞きにくいようなことも、遠慮せずに聞いてしまいましょう。もちろん、「家を見せていただいている」という感謝の念を持って、言葉遣いなどには気をつける必要があるのは当然です。

完成後見学会に参加することは、とても意義のあることです。参加者に与えられた権利はフルに使って、オーナーに様々な質問を投げかけ、家の気になる場所を見学させてもらいましょう。

実際に人が住んでいる完成後の家を見学できるということは、パンフレットやモデルハウスでは伺い知れない、リアルで重要な情報となります。



## ○キャンペーンはお得？

住宅会社の中には時々、「キャンペーン」というおいしい言葉を使って、契約をせまってくる所があります。「今回限りの特別オプション仕様つき」「先着○組様限定」「○百万値引き」など魅力的な言葉を並べ、その期間だけの「お買い得感」を強調します。

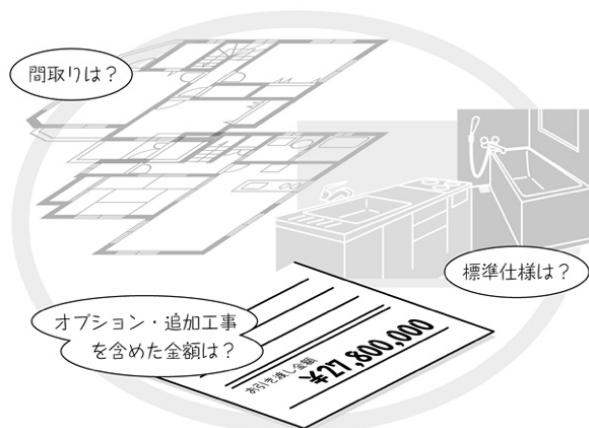
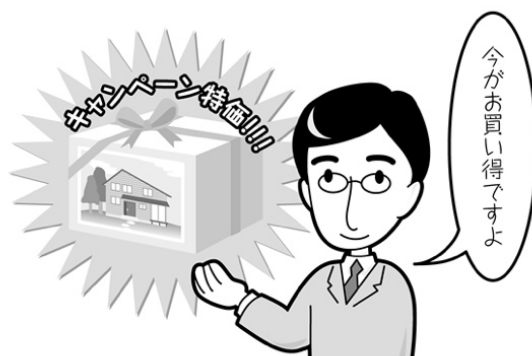
キャンペーンをすること自体は、悪いことではありません。その権利を使って、お得に家を買った人も、確かにいるはずです。

しかし中には、キャンペーンと称して安く住宅を売り出したものの、実際は他の部分で、しっかり利益を回収する仕組みを作っている会社もあります。後で追加料金をとったり、必要な設備をオプションで契約させたりと、そのやり方は様々です。おいしい話は、そんなに転がっていないものなのです。

ですから、キャンペーンで住宅取得を考えている人は、最低でも以下の3つの点を確認してから、話を進めるようにしましょう。

- 1 間取りはこちらの要望どおりにできるのか。
- 2 オプション・追加工事を含めた金額が提示されているか。
- 3 標準仕様はどうなっているか。

この3点が、自分にとって本当にお買い得なのかをしっかりと判断した上で、行動に移してください。



本当にお買い得か、よく確認しましょう。

## ○抽選会で当選した！？

住宅展示場などで「抽選会」というものが、時々開催されているのをご覧になった人もいないのではないのでしょうか。

アンケートに必要事項を記入して抽選に参加すると、当選した場合、「総額800万円で家が建てられる権利」や、はずれても特別賞として「300万円割引で家が建てられる権利」が用意されている、というものです。

アンケートに記入するだけ、という気軽さから、住宅取得を考えている人は、当たるはずはないとは思いながら、気楽に参加しがちです。

アンケートには、勤務先や年収の他、もちろん自宅住所や電話番号などを記入します。これら必要事項が未記入だと抽選には参加できないので、必然的に書くことになります。

このアンケートはハウスメーカーにとって、営業する上でうれしい情報となります。

お客様が、家を購入できる見込みがあるかどうかを判断する格好の材料となるのです。

後日、「当選者が辞退されたので、あなたに権利がまわってきた」などと言う電話がかかってきます。あえて「当選しました」という言い方はしない場合が多いそうです。

ラッキー、と思って住宅展示場に出向くと、「お客様なら総額800万の家より、もっとハイクラスの家がおすすめです」などと言

って、高額の家をローンを組んで買うように、セールストークが始まります。相手はあなたの年収を知っているので、ぎりぎりでローンが組めるような高額の家を提案してくるケースがあります。

もちろん、抽選に当選した特典をちらつかせながら、高額の家を売るために、あらゆるアタックをします。

豪華なモデルハウスのリビングで、「当選者の特典」を餌に、その気にさせるような言葉を並べられたら、つい予定外の高い買い物をしてしまう危険もあります。

このように、「抽選会」の目的は、ある程度年収の高いお客様を選んで、「当選者」にし、家売ることである、ともいえます。

抽選会に参加するな、というわけではありませんが、こういう事例もあることを頭において、ハウスメーカーの言い分に乘せられないよう、冷静に対処してください。

## ○作り手の顔が見える家づくり

家を建てることになったら、あなたは施主として、住宅会社から相応の扱いを受けることになります。高い買い物をするわけですから、相手の言いなりにならず、しっかりと意見を言えるようにしておきたいものです。

地元の工務店と家づくりを進めた場合、会社の規模はそれほど大きくないので、社長と直に話をすることもできるでしょう。社長は、言うまでもなく、その会社を代表する人物です。

普段は営業担当者との話で済むことでも、いざという場合、社長に会って話せるということは、施主にとって、とても安心できることではないでしょうか。また、社長だけでなく、現場で作業をする職人の顔が見られることも、大きなメリットです。

こういうことは、大手ハウスメーカーにはできないことです。もちろん、大手ならではの組織(カスタマーセンターなど)がありますが、工事は下請けの会社に外注しているので、現場の職人に会う機会也没有ありません。

社長から職人まで、作り手の顔が見える会社での家づくりは、信頼のおけるものと言えるでしょう。

## ○土地の上手な探し方

家を建てようと思えば、まず土地を探さなければいけません。最初から土地が決まっている人には不要のことですが、土地探しは、素人にはなかなか難しいものがあります。なぜなら、安くて良い土地の情報を見つけ、問い合わせをしても、既に売約済みであることがほとんどだからです。ですから、やはりプロの手を借りることが最善の方法となります。

まず地元の不動産屋さんに頼むことを考える人が多いでしょう。それで正解です。しかしもう一つ、声をかけるべき会社があります。それは、地元の工務店です。

工務店は、地域密着型経営をしているので、不動産屋さんとは良い関係を築いています。良い土地の開発が始まると、不動産屋さんは、すぐに工務店に情報を流します。工務店は、家を建てる見込みのある人に、その情報を伝えるというわけです。

ですから、不動産屋さん、工務店、両方に「良い土地を探して家を建てたい」という希望を伝えておくことは、住宅情報誌やインターネットよりも、ずっと確実なのです。希望を伝えることに、費用はかかりません。ただ頼んでおくだけでよいので、ぜひ実行することをお勧めします。

## ○無名 vs 有名

地元の工務店と、大手ハウスメーカーは、同じ「住宅」という商品をお客様に提供しているものの、そのあり方は、大幅に違うものがあります。かたや、全国的に無名の企業で、ブランド力がなく、一方は、全国に支店を持ち、派手に広告宣伝を打って、ブランドの浸透に力を注いでいます。

他の業界でこの構造と似ているものを例にあげてみましょう。  
化粧品なら、宣伝をしないけれど良質な原料を使う小さなメーカー

と、CMや雑誌で大々的にファッショナブルな宣伝をし、流行を牽引する大手メーカー。

教育産業では、先生が一人で開いている町の小さな学習塾と、全国展開している大手塾や予備校。

電気販売業では、地元の電気屋さん、有名な電気街や国道沿いにある全国チェーンの大型電気販売店。

などが挙げられます。

小さな化粧品メーカーや、学習塾、電気屋さんには、それぞれ需要があって成り立っています。もちろん、大手ならではの設備や組織、品揃えには叶いませんが、ノウハウはそれぞれに培ったものがあり、それを支持する顧客(生徒)がいるわけです。

また、小さな組織の最大の利点は、大手には手のまわらない

きめ細かい対応ができる、ということにあるといえるでしょう。

例えば、家の電気製品が壊れたとき、すぐにとんできて修理をしてくれるのは、大手家電販売店ではなく、地元の商店街の電気屋さん、という具合です。

工務店と、大手ハウスメーカーの図式も、これらのことが当てはまるのではないのでしょうか。それぞれに優れた点があり、お客様は、自分の好みや予算に応じて、数ある会社の中から一社を選んで、夢のマイホームをつくるわけです。

工務店とハウスメーカーの特徴をよく知って、悔いのないよう、納得できる家づくりを目指したいものです。



## 〇おわりに

工務店と大手ハウスメーカーの家づくりについて様々な事例を元に、その違いを考察してきました。どちらを選ぶのが正しい、というものではなく、個々の事情に最適な会社を選ぶことが望ましいと言えるでしょう。

家づくりに王道はありません。しかし、できるだけ知識を得る努力をし、実際に足で歩き、目で確かめて掴んだ情報は、かなり満足できるものであることでしょう。家づくりは縁のもの、と言われます。より良い縁を呼びこむために、この小冊子が少しでもお役に立てることを、願ってやみません。

## ●著者プロフィール

トシ企画インテリア株式会社  
経営戦略室

「家を買うタイミング」がよくわかる本

---

平成23年8月1日 初版第1刷発行

発行:トシ企画インテリア株式会社  
〒804-0064 北九州市戸畑区沖台一丁目9番20号  
<http://www.familyhouse-1978.jp/>

---

工務店とハウスメーカーの違いがよくわかる本

家づくりのご質問・ご相談にお応えします

