

絶対に失敗しない リフォームのポイント

～光テックからお客様へのメッセージ～



代表取締役社長 弘内 喜代志

一級建築施工管理技士

住 所 :780-8019 高知市北竹島町 363 番地

電話 : 088-833-0369(代) F a x: 088-833-0717

e-mail: hikari@hikaritec.co.jp

ホームページ: <http://www.hikaritec.co.jp/>



まえがき

昭和 39 年 2 月に創業して以来、数え切れないリフォームを経験してきました。

そのリフォーム内容も時代とともに変化してきました。特にこの数年、お客様
お一人お一人の個性に対応したリフォームをもとめられてきています。

そこで工事業者としてお客様がほんの少し「リフォーム」ということについて
知っていただいていたならば、スムーズに工事が進んだり、お客様が不愉快な
思いをなさらないことがあるということに気がきました。

そこで、今まで私どもの経験からお客様に知っていただきたいことを小冊子と
してお伝えいたすことも大事な私どもの使命と思い一筆したためることといた
しました。

では、よろしく願いいたします。

1、住宅リフォームと新築とは、全然ちがう

一般論

新築着工件数が年々減少している。高知県において平成8年をピークとして現在ピーク時の6割にも落ち込んでいる。この傾向は、今後も進行していくものと思われる。今後新築着工件数が増えることはないのである。

又、その中身もかつてのような、どちらかという量を重視したすなわち「住めればいい。」のような建売やマンションの仕様を統一して一軒の価格を下げた方式から、現在は住手一人一人に対応した「質」を問われるように個別対応方式に変わってきた。

このような変化の社会的な背景に少子高齢化が考えられる。一般論として一家と一家のそれぞれの一人っ子の男性と女性が結婚したとしよう。それぞれの両親は持ち家である。すると結婚した若い夫婦のための家は、耐久性を別と考えば「どちらかの家に住めばいいので、家一軒はあまる。」ということになる。ましてや高齢化ということで、二世帯住宅にリフォームすれば、両親ともに安心ということになる。あえて土地をかまえて、さらに新築するという必要はない。この傾向が全国的なトレンドとなっているので、今後新築着工件数が減りこそすれ、増えることがないのである。

そこで2つのことを考えなければならない。1つは新築着工件数が少ないこと、もう1つは中身が多様化していることである。

新築を考える時この2つの対応を考えなければならない。

このような背景から住宅新築市場は減少の一方、住宅リフォーム市場は、拡大の一途をたどっている。よって住宅産業は大きく方向転換をせまられた。「新築」から「リフォーム」へ住宅関連メーカー、卸、工事店という川上から川下まで関連する産業すべてが、方向転換を余儀なくされたのである。いち早くこの変化に気付いたのがメーカーである。メーカー製品×新築着工件数=売上高の方程式が崩れたのであるから深刻だった。しかし、住宅リフォームという市場は暗黒大陸である。「なんとなく使い勝手が悪い」「もっと快適な方法はないの?」というひどく抽象的なお客様のニーズに答えていかなければならない。少し我慢すれば生活ができるということを考えるとこの住宅リフォーム市場は潜在化しやすいのである。ある意味では無尽蔵な潜在需要をどう顕在化するか。メーカーにとって、あるいは工事店にとって新たな方法論を模索しなければならない。



新築とリフォームの違い

一般の人も含めて新築とリフォームとは建築の分野であるのでよく似ていると誤解している人が大半である。この違いをお客様も工事店も理解していないとトラブルの元となる。

お客様の方が家のことについて知っている。

お客様は、長年その家で暮らした歴史があるから、世界で一番その家について知っているはずである。

新築時は、ローンの関係で雨露をしのげばよいとして、塀、ガレージ、差し掛け、倉庫などはつけない。3年4年と経っていくうちにこれらの部位を付加していく。よって「この倉庫の裏に配管が通っていた。」とか「水漏れでこの壁がぬれたことがある。」とか「新築した時に、瓦の予備として10枚倉庫の中に眠っている。」のような情報を業者(工事店)以上に知っているのである。

長年住んでいる家には、業者にはわからない住み手の思い出がある。

お客様は、その家で子どもを生子、学校へ通い、悲しい出来事、うれしい出来事など家とともに成長し、そして終焉を迎えようとする。業者の陥りやすい専門分野「建築基準法」での議論、たとえば、「構造計算上まったく問題ないの

でこの仏壇は取っ払きましょう。」とか「道路からアプローチの邪魔になるのでこの木はのけましょう。」など、お客様の気持ちも考えずにすぐに図面に落とすとか、事を急ぎすぎるのである。

更地の上に新築するということのみやっている業者が陥りやすいことである。

お客様が現場監督である。

新築を建てる時、お客様が何回建設現場に足を運ぶだろうか。せいぜい毎週土曜日か日曜日の半日程度ではないだろうか。しかしリフォーム現場は全く違う。



現場そのものがお客様の家である。すなわちよく自分の家のことを知っているお客様自身が、24時間現場監督をしているのである。

新築施工体制をそのままリフォームに持込むと大変なことになる。

お客様は、建設業界の下請け組織を知らない。現場に出入りする職人全員が、元請の会社社員と思っている。そこでお客様はたまたま現場に行った時に居合わせた職人に、契約した元請工務店の社員だと思っていると質問したり、こんな風にして欲しいなどの要望をあたかも契約前に営業、または工務店社長に言うように言う。又、契約前の対応と同じような対応を下請け職人

に期待してしまう。ところが下請けはお客様からお金を貰うのではなくて元請の工務店社長から貰うのである。ということはお客様にいくら愛想よくしても自分の見入り（収入）に直接関係しない。それどころか、下請けしている現場から現場へとそれこそ時間をかけないように効率よく回った方がよっぽど見入り（収入）がよくなるのである。

このように構造的に業者は「約束を守らない」「何時に来たか、帰ったかわからない」「養生をしてくれない」「掃除はしない」「取り扱い説明をしてくれない」など、あまりかんばしくないイメージが今だについてまわっている。それをするると自分の見入り（収入）が減ってくる。自分で自分の首をしめることになってしまうのである。

新築の時は、あまりお客様も現場にくる機会がリフォームに比べて少ないからこのようなトラブルが発生する確率が少ないが、リフォーム現場では、それこそ24時間お客様がそこにいるからトラブル続出ということになる。このような理由で新築とは違う施工体制、社員教育、関連業者との約束事が重要になってくる。

2、リフォーム需要の発生周期

リフォームの発生は大きく2つの要素からなっている。

住宅のメンテナンス、営繕的な比較的小規模の需要

新築した時点から家の劣化が始まる。3年ぐらいたつと外壁のペンキのはがれが目立ち始め、6年ぐらいたつとガス器具の不具合、蛇口の水漏れなどが発生する。6年間の間には台風、大雨など自然災害も1件くらい発生して屋根からの雨漏り、さしかけの破れなどがおこる。

10年たつと塗装のやり直し、配管の引きなおし、給湯器の取替えなどが発生し始める。

このように3年ごとぐらいにメンテナンス、営繕的な比較的小規模の需要が発生して工事を実施しないと家の寿命を極端に縮めるということになる。

ライフスタイルの変化にともなう需要



新築したときを1年とすれば、家を建てて6年たてば、
住み手の家族もみんな6歳年をとる。1歳の赤ちゃんが

小学校 1 年生になると言うわけである。このようにその家にお住まいの方のライフスタイルに合わせて、家に対する欲求が変わってくるのだ。「自分だけの勉強部屋が欲しい。」「母親を引き取らないといけないので、道路までのアクセスが容易で日当たりがよく、トイレに近く、できれば簡単な調理ができる小さな調理台が欲しい。」「バリアフリーでお年寄りにやさしい住宅にしたい。」「子どもが独立したので今までの子ども部屋をご主人の趣味の陶芸の部屋にしたい。」



このように、家の築年数に関係なしに、リフォームが発生し、かつ比較的大規模な工事となる。

上記 2 つの要素によってリフォームが発生するので、一度信頼してリフォームを実施したお宅は確実に 3 年から 5 年ごと家が存在する限り仕事が受注できることになる。

以上のように新築とリフォームは施工体制、販売戦略など違いがあるのでこの違いを十分理解して取り組まないとまったく的外れのことがおこる。

3、業者の見極めのポイント

業者と自分とフィーリングが合うこと

お客様のお家が現場です。お客様の生活に入っていったりして工事をする訳ですから自分とフィーリングが合わないと工事期間中毎日が憂鬱になります。又、質問や疑問などを気軽に聞くことができませんので、結局仕上がり具合に満足せずクレームとなって気まずい思いが残ってしまいます。

ですから自分と気が合いそうだと思う業者に発注すべきです。

では、そのポイントはというと

最初に電話を掛けた時の対応、現場でのその会社の社員の接客態度、その後の何度かの打ち合わせの態度、見積もり



などの説明方法に対して納得がいくか、など工事を決定するまでに自分とフィーリングが合うかどうかの機会はたくさんありますので、妥協することなく決定して下さい。

時間をかけること

何と無く使い勝手が悪いのでリフォームしたい、とかカントリー調の部屋にリフォームしたい、あのテレビの主人公のあの部屋のようにリフォームしたいなど要望が抽象的です。

この抽象的なお客様の要望を具体化して図面を書き、見積もり金額を積算していくという作業をしなければなりません。この具体化するという作業が大変なんです。お客様の好き嫌いという嗜好が入ってきますので、お客様と私達業者との間の言葉でのコミュニケーションが、思い違いとか、専門用語のやりとりなどで上手くいきません。十分コミュニケーションを図る為には時間が必要なのです。工事業者としては、早く契約までの時間を短くしたいのは山々なのですが、お客様が完全に納得してからの契約でないと後々必ずクレームになります。特にお客様の家族間で話し合いをして、一致協力してリフォーム工事にとりかかるということがないと、工事中や竣工後家族全員が喜んでくれることがありません。

家族全員が理解してくれるということがややもすると抜けがちです。



見積書の項目について納得のいくこと

さていよいよ見積もりということになります。複数の工事業者に見積もりを出すことを「相見積りをとる」といいますが、新築の場合は設計事務所に設計を頼んで、図面、見積書作成をしてもらいますので、複数の工事業者に見積もりを頼んでも大体同じ内容の工事を積算するということになりますが、リフォーム工事の場合、このことが大変むづかしいのです。新築の場合と違って図面、見積書を作成することは、まずありませんので「何と無く使い勝手が悪いので便利にして欲しい」というお客様の要望に対して複数の工事業者が見積もりをした場合、まったく違ったリフォーム内容になってしまう場合が多いのです。



また、見積書に***工事一式いくらという内容からは、建築に素人のお客様がどういう工事内容か、想像することは不可能です。ですから自分で納得のいくまで業者に聞くことが大切です。カタログなど参考資料も添付するように業者に頼んで下さい。

ショールームに行くこと

各メーカーのショールームが高知市内にあり、ショールームアドバイザーが親切に教えてくれます。メーカーにはそれぞれ特徴がありますので複数のショールームをぜひまわって下さい。カタログを集めて価格、特徴などを比較して下さい。

さい。比較することにより各メーカーの特徴がより鮮明に分かってきます。実際に物を見て触ってみることは大変重要なことです。たとえばキッチンであれば自分の身長と使い勝手が体感できます。浴槽であればバスタブに入ることができますので洗い場から跨いで入りやすいか、蛇口の操作はしやすいかなど自分の体型に合うかどうか検討できます。特に手すりをつける場合は、体格、右利きか、左利きか、握力などによって左右されますので実際に体感することが重要になります。

専門誌、インターネット、友人、知人に聞くこと



本屋さんに行けば、素人向けのいろいろな雑誌が並んでいます。またインテリアや小学生向けの「私の部屋」など、自分と趣味や嗜好が合う雑誌を見て下さい。電力会社やガス

会社住宅メーカーなどが出している雑誌なども大変充実しています。

大抵無料で見ることができますから参考になります。

ホームページで検索して下さい。ものすごい資料を見ることができます。住宅メーカーもほとんど自社のホームページをもっていますので、資料を無料で送ってくれます。また大体のレイアウトがホームページの指示に従って入力していくとパースができるような高度なホームページもあります。

質問コーナーもあってわからないことをホームページから問い合わせることもできます。

又、同じ立場のエンドユーザーとしての掲示板もあり、悩みや価格が適正か?など情報を共有することもできます。

近所の人や親戚、職場の人など信頼できる人で同じような工事をした人に相談して下さい。

価格が適正か? 業者の評判は良かったか?など大変参考になります。

アフターサービスが充実していること

自分の健康を守る為に、かかりつけの医者がいるように住宅にもいつも正常な機能を発揮できるようにハウズドクターがいるものです。毎日生活をしている訳ですから必ず何かが起こります。何かがあった時、家の構造や修理経歴の知っているかかりつけのハウズドクターがすぐに直す為にも信頼できる業者を選び一生のお付き合いができることが大切です。



業者が建設業の資格をもっていること

建設業法という法律では、500万円以上の設備に関する工事をお客様と請負契約をして工事をする場合「建設業」の許可を受けていなければなりません。この「建設業」の許可を受けるには、専門知識のある主任技術者や会社の運営していく上での知識、資金が一定以上ないと受けられません。

また、許可を受けた場合、会社の見やすい場所に許可番号ほかの内容を書いた看板を掲げなければなりません。頼みたい工事業者を訪ねた時、建設業の看板を確認して下さい。またその会社のパンフレットやホームページで建設業許可を受けているかどうか確認して下さい。

おわりにあたって

いかがでしたか。参考になりましたでしょうか。

弊社は創業 41 年の実績を誇っています。全国リフォームデザインコンテストで数々の受賞歴があり、デザイン、技術の優秀さが証明されています。

お客様との出会いを大切に、お一人お一人にご満足いただけるようなプランを提案して、細心の注意を払って工事を実施し、工事完了後のお客様の「笑顔」が私どもの最高の誇りです。

ぜひ、リフォーム工事は（株）光テックへご下命くださいますようお願い申し上げます。



Copyright(c) hikaritec Co.Ltd all rights reserved.