

ライフサポートニュース

住まいとお金に関する話題についてお得な情報や役立つ知識をご紹介します。

ブランドの良し悪し

こんにちは、プレシークの柴田です。今年の夏は、ほんとに暑かったですね。それに加え、オリンピックのメダルラッシュで夜遅くまでテレビを見て、暑さと寝不足からお疲れだと思います。不動産を購入をするのにも（特に探している時）体力が必要です。特に良い物件が出てきた時の**瞬発力が必要**になりますから、いざという時に動けるよう、探している方は体調を崩さないようお気をつけ下さい。私も、独立する前はいざという時に変わりになってくれる同僚などがいましたから、体調を崩しても何とかりましたが、今はいざという時に私が動けず、取り逃がすことになって、ご迷惑をお掛けしてはいけなと、気を張っています。そのかいもあってか、独立後の1年半は体調を崩しての休みはなくなりました。病は気からというのは、本当なのですね。

さて、本題に入るまえにもう少し個人ネタをご紹介します。今年の夏は、オリンピックがあり、甲子園でも千葉経済大学付属高校が4強までいき、サッカー日本代表のアジアカップ優勝、総体サッカーでも市立船橋が準優勝と、スポーツネタがつきませんが、なかなか柏レイソルの話題に入れないのは、ちょっと寂しい。この誌面で、早く紹介できるようにと願っております。また、前号で予告しました旅行ネタなのですが、この夏は子供達とJR東日本で開催していました「**ポケモンスタンプラリー**」に出かけました。首都圏の各駅にあるスタンプを集めていくのですが、スタンプが改札の外にあるので、千葉県内は車で回りました。同じように集めている人も多く、どこの駅に行っても駅前ロータリーには、スタンプ集めの車が多かったです。高級ブランドショップのお店がどんどん出来る話題をテレビで見ること多いこの頃ですが、これだけ人を集めるのですから「ポケモン」も立派なブランドですね。JRとしては、電車を利用したり駅に来ることにより、電車への興味を子供達に持たせようとの狙いでしょうが、まずまずの成功をしたのかと思います。この「**ブランド**」というのは、マーケティングによく出てくる項目ですが、ブームになるくらいはまった時は、凄いい結果になります。その逆が温泉の水道水利用問題ですね。白骨温泉の着色事件をきっかけに全国の温泉で、同様の事実が発覚しました。白骨温泉では、着色だけでお湯そのものは温泉を利用していたと記憶しておりますが、水道水の利用はちょっといただけないと思います。税金まで取るのですから。私も今までいろいろな温泉に行きましたが、確かに「なんか効果あるのかな」と疑問に思うこともありましたが、その温泉が何かしたと疑っているわけではないですが、入浴者は本当に温泉なのか分かりませんから、このようなことが長年に亘って行われたのだと思います。私が

ここは温泉なんだなって判断する基準は、「出た後にまでポカポカが続く」ことにしています。温泉もブランドの一部であり、**有名な温泉地**でお風呂に入れば、いいお湯なんだなと思いがちですが、今回問題になった温泉地は、白骨を始め、石和・水上・三朝・作並・箱根・伊香保など全国的に有名な温泉ばかりです。これからは**名前だけではなく、入った時に感じる自分自身の感触で判断**していきたいものです。ちなみに私が今まで行った温泉で良かったのは、酸ヶ湯・四万・伊香保・鳴子で、行ってみたいのは、登別・銀山・下呂・城崎・別府...まだまだたくさんあります。全国の温泉地を巡れた寅さんが羨ましい。

誌面も終盤になりまして、ようやく本題ですが、住宅にもブランドは存在します。今回の温泉問題と同じように、ブランドから問題になったことが住宅業界でもございました。もうずいぶん前のことになりますが、「秋田県」の**欠陥住宅**のニュースを覚えておりますでしょうか？国の次に規模の大きい「県」の信用で販売した建売住宅が欠陥住宅だったのですが、これも「県」のブランドから、公的な所でやっているのだから間違いなさだろうという錯覚をさせて結果です。この問題をきっかけに欠陥住宅がキーワードになり、テレビでたくさん取り上げるなど話題になりました。不動産購入をお手伝いする立場に身を置いていると、今でも、住宅を購入する人に根強く残っているんだなと感じます。この問題が家探しのトレンドが変わる分岐点になったのではないのでしょうか。ブランドには、良いブランドと悪いブランドの二種類あると、私は考えます。**誠実な仕事や品質から良い評判になり自然と出来上がる「実のブランド」と、規模の大きさや知名度からくる「名のブランド」**、これは不動産・建築の両方に存在します。具体名を挙げるわけにいきませんが、皆様ブランドに触れる時、なぜそのブランドが出来上がったのか、よくお考え下さい。う～ん、よく分からないという方は、**実際の仕事や現場を見る**ことが出来たら、よく分かると思います。しかし、そうは言っても不動産取引の場合、他の人の不動産取引を見ることは難しいですから、評判を聞くことと営業担当者のちょっとした所からの推察（性格や言葉、業務）して、ブランドだけで信用し失敗することのないようにして下さい。こんなことを書きながらも、自分にもたくさんの反省点が出てきております。弊社や私が名のブランドになることはありえないと思いますが、実のブランドになれるよう精進していきたいと思っております。宜しくお願い致します。柴田 誠

《ミニニュース》この夏より、ブログ（日記）を始めました。ブログでは、メールマガジンの発行と土地の情報や不動産Q & Aなども掲載しております。

ブログのアドレス <http://blog.preseek.net>