

## 統一テーマが ほしかった

ナショナル住宅建材・株  
京都営業所

伊藤 幸磨

財団法人・住宅生産振興財団主催

大津日吉台ニュータウン住宅祭に参加した所感を以下記します。

① 住宅祭としてアピールできる統一テーマがほしかった。

② 日吉台の購売層は二、四〇〇万円台。高すぎたと思われる。

③ 媒体が必要者層と一致しなかった。

④ 会場ベースで話しが進まず、本部で企画内容が先行された。

⑤ 以上のようなことを感じました。次の事業の展開の際には、上記のような点を十分ご検討の上推進されることを期待しております。

## 住宅祭の諸問題

住宅生産振興財団

常務理事 小浜 久八



財団発足して既に半歳余、事務局では只今来年度の住宅祭の準備に追われているわけですが、ここで当財団が背負わされている二、三の問題を述べてみて、事業実施に当たっての大方の良きアドバイスをお願い致したい次第です。

住宅祭を実施する場合には、それが開催される地方には、会場用地の提供者や地場の出展業者、住民の価値観、土地の市場性など様々の地方

的特殊性のほかに、共催相手の報道機関や地元公共機関などの伝統的な土地柄も加わって、特殊地方的な諸事情が存在するため、まず、これらを前提として事業の円滑な企画運営をはからねばなりません。

次に、住宅祭事業の中心は情報提供と住宅相談にあります。来場者は既に土地の手当のついた人と、これから探す人とに両分されるようです。従って消費者向けの啓蒙相談業

務も、この両者を有機的に総括して現実に即したものにせねばなりません。

第三に、住宅祭で展示されるモデル住宅や実験住宅は出展メーカーの負担によるものですが、若し展示会終了後これらの展示物件が売れなかった場合、出展社に多大の犠牲を強いることとなります。さらに会場が遠隔地の大型団地となりますと、出展棟数も多く、リスクも大きいわけです。従って財団としては、進んでこれらのリスクを負って頂く出展者の方々の立場にも十分に配慮せねばなりません。

最後に、出展住宅の購入者に対するアフターサービスの問題です。財団は、住宅祭終了後の展示物件の売買については、公益法人の建前上、関与しないこととなりますが、当該物件が財団主催の良質住宅普及のためモデル住宅として展示されたものである以上、供給者として当然のアフターサービスに無関心では済まされなくなり得ます。

従って、地場産業の方も含めて、この問題について、出展社には十分な理解を持って頂かねばならず、財

団といたしましても、住宅の供給者責任という古くて新しい課題に、いよいよ対処せざるをえなくなるわけです。

以上、とりあえず思いつくまゝに、当財団の当面する宿題をあげてみました。良きアドバイスをお願い申し上げます。

## ◆ 事務局より

ようやく 会報をお届けできる運びとなりました

編集(内容)の都合上 創刊号・第二号として同時発行いたします

現在のところ 定期発行はせず

当財団が 今後各地で開催する住宅祭や その他事業をおこなう

そのつどの発行の予定です

## 「住宅生産振興財団ニュース」

■ 第二号

発行日 昭和54年12月25日

編集発行人 小浜 久八

発行所 財団 住宅生産振興財団

〒105 東京都港区愛宕一ノ六ノ七

愛宕山弁護士ビル1F

電話東京(三) 四三七一九三三一