

Home Inspectors JAPAN

ホームインスペクターズ ジャパン

【巻頭インタビュー】

日本の住宅市場とホームインスペクション

ホームインスペクターズEYE

ホームインスペクターズテクノロジー

ホームインスペクション実例紹介

ホームインスペクターのPR戦略 第1回

会員情報コーナー

テツコの部屋





【巻頭インタビュー】

日本の住宅市場とホームインスペクション

長嶋 修 (ながしま・おさむ) 内閣府認証 NPO 法人日本ホームインスペクターズ協会・理事長

日本人と不動産の関係は今、歴史的な、大転換点を迎えています。建て売り、注文住宅、マンションや賃貸住宅も含めて、長らく100万戸台を保っていた新設住宅着工戸数も、2010年度は80万戸弱と大激減。景気後退による一時的な落ち込み、という見方もあるものの、実のところはそんな簡単な話ではありません。そこへ東日本大震災。おそらくもうかつてのペースには二度と戻ることはなく、やがて50万戸程度にまで縮小していくこととなるでしょう。

中古住宅市場はその流通数を倍増させます。現在45万戸程度の流通数は、数年で2倍の90万戸程度に、長期的には5倍以上の200万戸程度にまで膨らむ潜在力を秘めています。リフォーム・リノベーション市場はその姿を変えながら膨張。賃貸住宅は多様性を帯び、面白い物件は増加するものの、大半の賃料下落物件、空き物件とに二極化します。

野村総合研究所が昨年、驚愕のシミュレーションを発表していますね。2003年ペース(120万戸程度)で新築住宅の着工を続けた場合、減失数(住宅の取り壊し数)を差し引いたとしても、30年後の2040年には空家率がなんと43パーセントになるというのです。日本全国半分くらいが空家という事態。2003年比50%のペース(60万戸程度)に着工を抑えた場合でも、空家率は36パーセントになるということです。

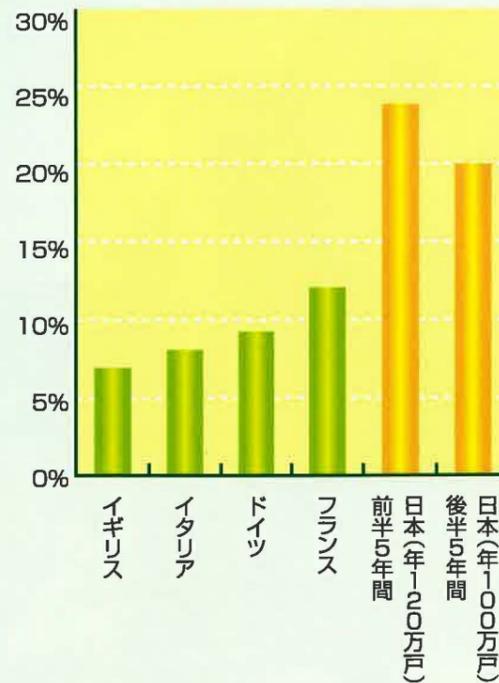
他先進国に比べて、日本は新築住宅を造りすぎです。先進国の多くには「住宅総量目安」とでもいうようなものがあり、10年間でどの程度の新築住宅を造るのかというターゲット

を設定しています。日本の住宅政策はいまだ「新興国モデル」から転換し切れていないのです。

都市問題はこれから大変深刻となりそう。これから本格的な人口減少を迎えるわが国の都市は、歯抜けのように空き家だらけとなり犯罪率が上昇、自治体の財政問題から、ゴミ収集やインフラ整備などの行政サービスすらままならないところも出てくるでしょう。

都市の空家率が30%を超えると、防犯をはじめとする居住環境の著しい低下が起きることが研究者の間で知られて

2003年～2013年の住宅需要見込み
(総世帯数に対する新築着工戸数の割合)



いるうえ、上下水道などのインフラ整備やゴミ収集などの行政サービスの効率も悪化して自治体の財政事情を逼迫させます。

このようななか、住宅の世界において求められる職能が、いうまでもなく皆さま「ホームインスペクター(住宅診断士)」です。

ここであらためて「ホームインスペクション」の定義について確認しておきましょう。

私たちが「ホームインスペクション」と呼んでいるのは、消費者が主に中古住宅を売買する前に、目視で住宅のコンディションを把握して報告する、という業務。比較的短時間で、可能な範囲で行う「一次診断」です。病院に例えるなら、「健康診断」でしたね。

健康診断を受けた人は診断結果についてまず、医師からの説明を受けます。治療を必要とするほどではないものの経過観察が必要、ということもあれば、精密検査が必要だと勧められることも。そして、二次診断として精密検査を実施することになった人は、専門的な検査器具を持ち、その分野の専門医療を行っている総合病院などで診てもらうことになるでしょう。

ホームインスペクションは、この最初の「一次診断」に相当。外壁や基礎に不具合の兆候は見られないか、室内に雨漏りの形跡はないかななどを目視で確認、建物のコンディションを診断依頼者に解説・アドバイスを。また、ホームインスペクションではわからない項目で懸念があるものは、二次診断の可能性を診断依頼者に説明するでしょう。

この解説・アドバイスこそがホームインスペクションの特長であり、国が行う住宅性能表示との大きな違いである。住宅性能表示はあくまでも性能の表示であり、住宅のコン

ディションや対処法について消費者にアドバイスを行うことはありません。

しかしそれでは、現在の日本の不動産取引実情にはそぐわないのです。住宅(建物)に関する知識のない消費者は、性能だけを提示されたところで、それが自分たちにとってどういうことなのか、その住宅を購入していいものか、判断が困難です。消費者が求めているのは、自分たちの立場でアドバイスをしてくれる専門家の存在。

例えばリフォームにはいくらくらいのお金がかかるのか。メンテナンスにはいつごろ、どこに、いくらくらいのお金をかければよいのか。生活していくにあたっての注意点など。これから住宅を購入して住む自分たちにとって、現実的に必要なアドバイスを求めているのです。

我が国の中古住宅流通が今後200万戸程度に膨れ上がるとすると、8,000~10,000名のホームインスペクターが必要です。業としてのホームインスペクションを行わないとしても、建築の世界で建物の劣化などホームインスペクションにまつわる知識やノウハウは今後必須であることは疑いようがありません。

住宅は「生活」であり「文化」であるとともに、「金融商品」でもあります。また日本経済の根幹を成す、内需の主要な柱です。政治の変革や産業構造の転換が叫ばれて久しいものの、結局のところいつまでたっても変わることのないこの社会も、住宅の世界から風を起すことが出来ると私は信じています。

日本人と不動産の関係を良くすることで、よりよい社会を次世代に手渡したいものです。お互いに、それぞれの持ち場で、出来ることをやりましょう。

ホームインスペクターズEYE

このコーナーは、ホームインスペクターが実際の業務で遭遇する問題点や課題について、その解決方法・対処方法について解説する実務家ホームインスペクターのためのコーナーです。

第3回 「ホームインスペクターの最低限のマナー」

住宅診断はホームインスペクターにとっては日常業務にすぎませんが、診断される側はほとんどの場合初めての経験で、しかも自分の家の隙から隙までを診られるため、人によっては良い感情を抱かない人もいます。今回は、診断を受ける側にも良い印象をもっていただくために、インスペクション業務のデリケートな部分を理解し、現場に必要な心構えを挙げてみます。

1. インスペクションまでにおこなっておくこと

仲介業者が入る場合や売主が業者さんである場合などが想定されますが、業者さんと言えども、必ずしもインスペクションに理解が深いわけではありませんので、口頭だけでなく文書をもって、事前にインスペクションの意義や内容・範囲を簡潔に案内しておくことが望ましいでしょう。

また、その文書を住宅の所有者にも必ず渡していただくようお願いしておく必要があります。特に床下や小屋裏に進入したり、場合によっては床板をはずしたりすることがあることも書き入れておくとい良いでしょう。

2. インスペクション当日の心構え

①近隣の迷惑になる駐車はしないこと

当たり前ですね。

②時間厳守

住宅の所有者はじめ複数の関係者が揃いますので、ホームインスペクターは開始時刻より前に現場に到着するよう心掛けなければなりません。万一、遅刻する恐れがある場合には、直前ではなく、できるだけ早く関係者に連絡することが必要です。

③服装はできれば正装に近いものから

作業着は着なれたホームインスペクターには最適な服装でも、自宅に招き入れる所有者には美しくない服装と見られがちです。相手によっては、まずスーツとネクタイであいさつし、その後作業着に着替えるといった配慮が要求されることもあります。

また、服装の色合いは簡素で柄や模様がないものが望ましいでしょう。社名入りの服装や社用車は、自宅を内密に売却しようとしている売主にとっては好ましくありませんので、配慮が必要です。

④あいさつ

所有者との対面ではあいさつをきちんとし、協会会員証を提示したうえで名刺を渡します。見知らぬ第三者への警戒感を和らげる努力が必要となります。その後、所有者の理解を得たうえで靴を脱ぎ、框の上に上がって膝まづいて靴を整えます。

業務に取りかかる前には、今後始まる業務への不安感を取り除くために、インスペクションの進め方を説明します。その際、口頭だけでなくツール類があるとよいでしょう。

⑤業務中

各部屋に入る場合や家具を移動する場合、照明を点ける場合、床下小屋裏へ進入する場合など、その都度所有者の承諾を得ることが必要です。人によっては、カーテンを開けることにさえ違和感を持つ人もいますので、注意を払っても払いすぎることはありません。

なお、建築現場のインスペクションをおこなう場合は、担当する建築会社の現場ルールに従い、ヘルメットなどの装着を心掛けなければなりません。

3. 業務終了後

①業務報告

業務が終了すると、住宅所有者や関係業者は診断結果に興味を示してきますが、特に不確定要素などについての安易な回答は避け、できる限り書面で回答する旨を理解していただきましょう。ただし、依頼者の理解を得られる場合は、一定の範囲で回答することもあります。

②業務終了後

開始時と同様にきちんと感謝の意を示したあいさつをし、ゴミを残さないように去ります。床下や小屋裏に入った場合は、作業着にホコリが付着していることもありますので、十分注意してください。できれば、自前の清掃道具（ぞうきん・ほうき・簡易掃除機など）を持参するのも良いでしょう。

③退出後

建物の外に出た後には、すみやかに現場を立ち去りましょう。長くその場で会話をすることは、診断を受けた所有者に良い印象を与えません。

執筆：株式会社住宅相談センター 吉田貴彦

ホームインスペクターズテクノロジー

このコーナーでは、ホームインスペクション業務に必要な技術的ノウハウや各種機器類について、実務に役立てていただけるように解説します。



川野 武士 (かわの たけし)

内閣府認証NPO法人日本ホームインスペクターズ協会・理事 JSHI公認ホームインスペクター

新築、中古にかかわらずインスペクションをしていると依頼者より「この建物は震度どのくらいまで大丈夫ですか?。」と聞かれることがあるのではないのでしょうか。実際に震災や余震に遭ったり、メディア等の情報等から住まいの心配をされている方が多くなってきています。今回は建物と地震の関係について、建築基準法、気象庁の震度階級等を用いて少し補足させていただきます。

平成12年6月1日以降に建てられた住宅の耐震性は、比較的発生頻度の高い中規模地震では損傷がない、極めてまれな大規模地震では倒壊しないと言われていました。これは建築基準法により、中規模地震の力は建物の構造が持つ許容応力度内であり、大きなひび割れは生じない、損傷しない。大規模地震の力は建物の構造が持つ保有耐力内にあり、大きな変形、ひび割れはあるが倒壊や崩壊しないように構造計算で検討されているからです。具体的には、中規模地震の検討は、安全性の余裕を見込んだ構造材料の強度(許容応力度)に対して、中規模地震の強さの指標である標準せん断力係数 C_0 を0.2(以上)として地震時のせん断力 Q (地震時の応力度)が超えないようにします。大規模地震の検討は、これ以上荷重を加えると材料が変形したり、破壊したりする構造材料の強度に対して、大規模地震の強さの指標である標準せん断力係数 C_0 を1.0(以上)として地震時のせん断力 Q が超えないようにします。これらの他に限界耐力による検討方法等もありますが、いずれにしても冒頭の比較的発生頻度の高い中規模地震では損傷がない、極めてまれな大規模地震では倒壊しないとしている訳です。

では、これらの検討は震度どのくらいかと言うと、地震の指標としている標準せん断力係数 $C_0=0.2$ の場合は地震の加速度80~100galの震度階5弱程度、 $C_0=1.0$ の場合は地震の加速度300~400galの震度階6程度と言われています。それでは、震度階6程度まで建物は倒壊しないと言え

るかというところではありません。気象庁の震度階級は、地震の加速度の他、揺れの周期や継続時間等も考慮されるので、同じ震度でも周期や時間が大きく異なれば加速度も大きく異なるのです。また、気象庁が発表している震度は震度計が置かれている地点での観測値になるので、場所が異なれば震度も異なります。同じ市町村でも建物の形状や構造、地盤の状況によっても震度は異なってきます。更に、気象庁では地震後のアンケート調査により、被害状況等から「震度〇相当」と表現して実状に合わせた震度も公表しています。従いまして、建物の耐震性と震度は必ずしも一致するものではありません。

依頼者から「この建物は震度どのくらいまで大丈夫ですか?。」と聞かれた際の回答としては、私の場合、「建築基準法では、比較的発生頻度の高い中規模地震では損傷がない。極めてまれな大規模地震では倒壊しない様に検討している。気象庁が想定している建物被害によると木造住宅では震度5弱で軽微なひび割れ・亀裂程度、震度6で傾いたり倒れる可能性があるとしている。」と答えています。皆様はどの様にお答えなさっていますか。

※一般的な木造住宅の検討は壁倍率法を用いた壁量計算を行なっています。この方法は地震の水平力に対して耐力壁を重要な要素と考え、各階の床面積に定められた係数をそれぞれ掛けて必要耐力壁量を求め、建物が保有する耐力壁量内にあるか確認をします。更に耐力壁の位置がどこかに偏らずにバランスよく配置されているか確認をすることになっています。

東日本大震災により亡くなった方々へのご冥福をお祈り申し上げますとともに、被災された皆様、ご家族様方々に対しまして心よりお見舞い申し上げます。一日も早い復旧、復興をお祈り申し上げます。また、被災地で奮闘されているホームインスペクターの皆様、くれぐれも怪我のない様に切に願います。

ホームインスペクション実例紹介

実際にホームインスペクションを行なわれている公認ホームインスペクターの実例を紹介します。



林 郁生 (はやし・いくお)
内閣府認証 NPO法人日本ホームインスペクターズ協会・理事 JSHI公認ホームインスペクター

今から7年前、「平成15年3月購入のRC造7階建て既存マンション（昭和48年築：当時築31年）の7階の区分所有者から増築部分（購入前からの増築箇所）の漏水がとまらない」という問合せがありました。その後調査・診断・コンサルティングを行い、売主や管理組合を相手に弁護士を含めて交渉したことがありました。

この時のトラブルの主要因を列挙します。

- ①RC造ということで購入したが鉄骨軸組みで木造下地による増築箇所があった。
 - ②増築箇所の取合が悪く漏水が生じた。
 - ③修繕積立金がほとんど無く共用部の改修が行えなかった。
- これはレアケースですが、事例のように専有部分でなく、共用部分や管理運営に大きな問題がある可能性を認識することが重要です。

現在、JSHIのマニュアル委員会では中古分譲マンションの購入予定者のための購入前調査のマニュアル作成に取り組んでいます。ここでの課題は共用部分と管理運営について診断依頼者にどのような情報提供をするのかという点です。

先の事例の不具合①の場合には竣工図のチェックで確認が可能です。しかし調査の際に竣工図を閲覧できるように段取りするのはなかなか難しいこともあります。また竣工図を閲覧することで診断依頼者は建物全てを確認されたと誤解されることもあります。耐震性の確認がなされたと誤解されないようにお伝えすることも大切です。

不具合②のような最上階の専用部において直接漏水する可能性があるからと屋上のチェックを申し出ても、適わ

ない場合もあります。また目視チェックで容易にわからない不具合もございます。

不具合③においては長期修繕計画や修繕積立金、修繕履歴を合わせて確認する必要がありますが、これも半日程度のチェックではとても難しいことです。

このような課題に対して中古マンションの購入者向けのホームインスペクションをできるだけ、購入者に対して有用なものにしたいと願っております。

先に述べた長期修繕計画の観点で一戸建てを考えて見ましょう。実は分譲マンションも一戸建て木造住宅も同様に劣化は進行していきます。両者とも予防保全が望ましいですが、一般の方々は適切な修繕時期はわかりません。分譲マンションでは予防保全を前提にプロが長期修繕計画で長期間の修繕費を算出し、月々の修繕積立金を設定しています。一方一戸建ての場合にはプロが介在して長期的な修繕費を見込むことは中々できません。

現在JSHIでは既存一戸建て住宅の健全な維持管理のための情報を会員に提供することを事業として計画しています。つまりホームインスペクターが住宅の劣化度を把握すると同時に適切な修繕計画を提示することが容易にできる技術サポートツールを提供したいと考えています。

中古マンション流通市場も大きいため、ホームインスペクターの開拓市場と捉えています。そして既存一戸建てのホームインスペクションの充実も同時に進めています。是非皆様の技術力・経験・知識もご提供いただき、よりよいホームインスペクションを目指したいと思います。

ホームインスペクターのPR戦略 第1回

あなたの会社を社会に売り込むには？ ～マスコミ向け広報で「情報発信力」を磨く。



堀内 義之 (ほりうち・よしゆき)
個人事務所はやぶさPR代表

あなたの会社をいかに社会に売り込むか。これはほとんどすべての企業にとって、永遠のテーマではないでしょうか。世の中、何をすることも、知名度がモノをいいます。知名度を高めることに成功した会社には、お客のほうからどんどん問い合わせが入ってくるようになり、営業展開の面でもぐっと有利になります。

さて、それでは、知名度を高めるやり方には、どのようなものがあるでしょうか。多くの企業が活用しているのが、新聞・雑誌・テレビなどのマスコミに登場するやり方です。それも、お金を払って掲載してもらう「広告」よりも、客観性をもって取材して書かれたはずの「記事」として取り上げられるほうが、はるかに効果的です。

ここまで読んで、「ウチの会社には、マスコミに取り上げられるような特徴など何もないからダメだな…」と考える方も多いと思います。ご安心下さい。あらゆる会社には、その会社だけの魅力が必ずあります。もっと言えば、あえて誤解を招くような表現をすれば、なければ作ればいいのです。むしろそれは事実をゆがめるという意味ではありません。むしろ逆です。まずはあなた自身の会社をよく見つめ直し、自社が最も魅力的に見える「見せ方」を考える。この際、特に中小企業については、「弱みを魅力に変えるPR」が、意表をついて効果的です。

ごく一例を挙げましょう。ある道路沿いの小さなレストランは、道路に中央分離帯があるために向こう側の車線を走る車は右折して入れず、どうしても入るには数百メートル先でUターンして戻ってくるしかありませんでした。資金の面で、そんな立地しかできなかったのです。この悪条件を逆手に取

り、「Uターンしてでも食べたいレストラン」といった看板を掲げ、来店増に成功しました。

私自身のPRを少しだけすると、業界紙・専門紙記者として新聞・雑誌を作ってきた経験がそこそこあり、いろいろな会社から情報提供や取材のお誘いを受けてきたため、どのような魅力の見せ方をすれば、「作る側」が関心を持って乗ってくるかだけは、おおよそ分かります。

その一方で、本当は優れた技術や事業を持っているのに、マスコミに対する広報など「見せ方」が分からないために、日の目をみえずに埋もれてしまっている企業も数多く見てきました。それは大きくいえば、産業界、社会全体にとっての損失です。これがひとえに「情報発信力」です。大企業と中小企業との間に厳然と横たわるこの差を、私は「情報発信力格差」と呼んでおり、この格差を少しでも解消したいと考えています。

ホームインスペクター業の方々、日本で全く新しい業そのものを、これから開拓していこうとされており、その取り組みに敬服致します。広報戦略としては、例えば地域で有力な新聞メディアなどを対象に、地場企業の特徴を生かした取り組みを、見せ方を工夫してアピールする…といった姿が、私にはたちどころにイメージできます。ぜひ、それぞれの会社の魅力に応じた広報活動のお手伝いをさせて頂ければと存じます。

「はやぶさPR」は中小企業の新聞・雑誌向け広報・PRの支援事業を行っています。詳しくは、協会ホームページの会員ページをご覧ください。

会員情報コーナー

(参考画面)

■運用開始! ホームインスペクション レポートシステム

前号でもお知らせした、WEB上でホームインスペクションレポートを作成、保存できるシステムの運用が始まりました。(システムへは<http://www.jshi.org/members>からお入りください。)

システムでは、レポート作成機能に加え、JSHI公認ホームインスペクターがレポート作成時に入力した膨大な劣化事象を事例として閲覧することができます。
(※検索結果に物件情報等は表示されません)

なお、システム画面右上の「設定」ページでは、会員が自身で下記の個人情報を変更できます。レポート作成機能と併せてご利用ください。



【個人情報】

住所、電話番号などを変更できます。また、協会ホームページに掲載する顔写真のアップロードも可能です。

【ホームインスペクター情報】

「ホームインスペクター検索ページ」への情報表示・非表示、所属するホームインスペクション会社の登録などができます。ホームインスペクターとして仕事を始められた・ホームインスペクション会社に勤務され始めたなどの際には、こちらをご変更ください。

テツコの部屋

こんにちは、事務局・大田哲子です。
暑い日が続きますがお元気ですか？
協会では月に1回理事会を行い(写真)
ホームインスペクションの普及に向けて
様々なことを話し合っています。



協会は、会員の皆様へのサービス向上はもとより、これからホームインスペクターになりたい方に対して資格をどのように広めていくかというの大きな課題です。今年で3回目となる試験は9/25(日)に札幌・東京・名古屋・大阪・福岡の5会場で行われます。テキストは過去問2年分を付けた改訂版を出し、試験申込みもホームページから出来るようにするなど、取り組みやすくなっています。ですが、JSHI公認ホームインスペクター資格そのものについて、情報感度の高い方々以外にはまだまだ知られていないのも現実です。お知り合いの方で「この人はホームインスペクターにいいんじゃないか?」という方がいらっしゃいましたらぜひ試験について教えてあげてくださいね。会員様のクチコミ

は絶大です!

よく知らないと言えば、この「テツコの部屋」。5月から新たに理事に加わった樋笠さん(写真右から3人目)が「なんでテツコの部屋? 協会はテレビの原稿も書いているのか?!」と思っていたそうです。いいえ、ただの大田哲子の部屋でございます。会員の皆様に親しみを持っていただけてだけでなく、より中身のあるサービスを提供できるよう、協会一同がんばります!

★協会ホームページ ⇒ <http://www.jshi.org>

★ブログ ⇒ <http://ameblo.jp/jshi>

★Twitter ⇒ <http://twitter.com/jshiorg>

★メール ⇒ info@jshi.org