



協会理事長よりご挨拶

特定非営利活動法人
日本ホームインスペクターズ協会
理事長 長嶋 修

新型コロナの影響は、日本経済のみならず、不動産・住宅市場にも負の影響をもたらしています。他地域で不動産取引は減少傾向にあり、住宅着工も少いです。このような事態がどの程度で一定の終息をみるのか、現時点で見渡すことはできません。

しかし、私たちの取り組むホームインスペクション(住宅診断)は、はたして市場の取引の何パーセントを占有しているでしょうか。その普及率はおそらく5%とか、瑕疵保険や既存住宅状況調査など広義のインスペクションを全て含めても、多く見積もって10%に届かない程度でしょうが、むしろ、社会のリスクヘッジ志向が強まる中で、当協会が標榜するホームインスペクションを広めるチャンスではないかと考えています。

マーケティング理論に「キャズムをどう越えるか」といった議論があります。新しい製品やサービスが普及する際には、まず2.5%の「1.イノベーター(革新者)」が興味本位で使いはじめ、その様子を見て13.5%の「2.アーリーアダプター」が追随し、やがて34%の「3.アーリーマジョリティ」、次に34%の「4.レイトマジョリティ」が従い、最後の16%である「5.ラガード」は利用しない、といったものです。ホームインスペクションの世界はまだせいぜい2の段階にあり、多数が当たり前のよう利用する3以降の世界には至っていないのです。2と3の間には大きな溝(キャズム)があるとされ、ここを乗り越えると爆発的に普及します。私たちは今まさにこの入口に立っているのです。

世の中では今、仕事の「リモートワーク化」が急速に進展しています。また、テクノロジーの進展も日進月歩で、やがては新築工事現場はロボットの導入で無人になり、カメラで現場管理といった状況になるでしょう。中古住宅も、依頼者から送られてきた一定程度のデータを判定することでかなりの程度の判断ができる、あるいはごく短時間でインスペクションが完了するといったことになるのではないのでしょうか。

どの道ホームインスペクションの世界は、ご多分に漏れず大きく変化・進化を遂げる途上にあったわけです。「ピンチはチャンス」。コロナに伴う社会の変動をむしろ好機ととらえ、積極的に変化・進化するタイミングであると考えます。当協会事務局は東京から北海道札幌市に移転し、運営コスト削減や都心一極集中による天災地変や今回のようなパンデミックに備えています。引き続きどうぞよろしくお願い致します。