

Home Inspectors JAPAN

ホームインスペクターズ ジャパン

ホームインスペクター倫理行動規定を追加しました
皆様からいただいたパブリックコメント
中古住宅取引とホームインスペクション 第2回
ついに出来上がりました!! ホームインスペクションDVD
ホームインスペクターのPR戦略 第3回
レポートシステム「診断上手」中古マンション版がリリース!!
ホームインスペクションマニュアルを発売



ホームインスペクター倫理行動規定を追加しました

先般ご案内いたしましたとおり、ホームインスペクター倫理行動規定を変更（追加）いたしました。具体的には、以下の条文です。

1 ホームインスペクターは、依頼者の紹介を受けたことに対する謝礼
その他の対価を支払ってはなりません。

2 ホームインスペクターは、依頼者の紹介をしたことに対する謝礼
その他の対価を受け取ってはなりません。

ホームインスペクターが不動産業者などを営業でまわる際に

「ホームインスペクションの紹介をお願いします。つきましては紹介料を支払います」

といった、金銭の授受をやめよう、ということです。（営業活動はもちろん構いません）



協会定款では「倫理規定の変更は、理事会で行う」とされておりますが、本件は非常に重要なことですので、会員のみならずパブリックコメントをお受けし、参考にさせていただきながら最終決定を致しました。

● 弁護士の世界はどうなっているか

たとえば「弁護士職務基本規程」には以下のような記載があります。

第13条（依頼者紹介の対価）

1. 弁護士は、依頼者の紹介を受けたことに対する謝礼その他の対価を支払ってはならない。
2. 弁護士は、依頼者の紹介をしたことに対する謝礼その他の対価を受け取ってはならない。



●司法書士はどうか

「司法書士倫理」にも同様、以下のような記述が。

(不当誘致等)

第13条司法書士は、不当な方法によって事件の依頼を誘致し、又は事件を誘発してはならない。

2. 司法書士は、依頼者の紹介を受けたことについて、その対価を支払ってはならない。
3. 司法書士は、依頼者の紹介をしたことについて、その対価を受け取ってはならない



●アメリカのホームインスペクターは？

私どもが設立時に参照した「ASHI (アメリカホームインスペクターズ協会)」の倫理規定 (Code of Ethic) には、このような取り決めがあります。

第1条

- C. インスペクターは、不動産取引の契約や居住に利害関係のある不動産業者等に対して、インスペクションの委託や推奨インスペクターのリスト掲載などに関し、直接・間接に対価を支払ってはなりません。
- D. インスペクターは依頼者の了承なしに一方以外からの報酬を受け取ってはなりません。
- E. インスペクターは、インスペクションをした物件に関する「契約」「サービス」「製品物件」の推奨に関して直接・間接的に対価を受取りません。

以上のように、ホームインスペクターについても弁護士や司法書士、あるいはアメリカのホームインスペクターズ協会と同様の倫理水準にしたいと考えております。

皆様からいただいたパブリックコメント

「ホームインスペクター倫理行動規定」の変更に際し、会員の皆さまからいただいたパブリックコメントの一部をご紹介します。(要約)

● 北海道 Fさん

私は倫理規定の改定・強化することに賛成。不動産取引の世界は、ただでさえ世間からは不透明で胡散臭い業界だと見られている。お客様の信頼を得ていくためには、インスペクターひとりひとりがモラルに対する意識の向上とコンプライアンスの遵守が不可欠。

建築や不動産の業界では紹介料やリベート等が慣例化している。ひどい場合はそれがないと仕事を廻してもらえないことも。このことは、世間一般から不透明な世界と見られる一因にもなっていると思います。これまでの業務の中で、実際に私もその手の要求や勧誘を受けたことがある。金銭もあれば食事や贈答品といったケースも。一度でも受けてしまうと、たとえ自分にやましいことがなくても世間はそうは見てくれない。公平・公正な仕事とは見てもらえない。

インスペクターの第三者性と社会的な信用を保つには、個人のモラルに任せるだけでは不完全。協会として、倫理規定の中で明文化し発信していくことが必要。どこまでが対価に含まれるかもはっきりと規定すべき。

インスペクションを日常業務として取り組んでいるが、一般のお客様からは未だに「不動産屋の廻し者」とか「粗さがしをして査定金額を下げにきた」と、いうように見られること多々。俄かインスペクターによる杜撰な住宅調査も後をたたず、マスコミ等でよく取り上げられ問題になっているこ

とも影響している。また、仲介業者からは不具合の箇所を報告書に記載しないよう圧力をかけられたことも。取引に都合のいいような報告書を求められたことも。建設住宅性能評価等の現行使われている調査基準は、各当事者に都合のいいように解釈できる部分が多く見られる。また、これといった罰則規定もないため、杜撰な調査で被害を被るのは一般のお客様。

このような世界で、お客様の信頼を得ていくためには、個人の意識の向上はもとより協会として倫理規定を強化していくことは絶対に必要。



● 埼玉県 Tさん

協会の立ち位置(第三者性)を明確にする上で追加条項としてよい。

● 千葉県 Tさん

ホームインスペクターは、常に面前にある建物を中立的に調査する立場にあるべきで、仮に、他意なく謝礼を收受あるいは支払ったとしても、季下に冠を正すような行為は行うべきではない。適正な中古住宅市場を形成するという協会の目的に照らしても、今般の規定変更は早急に行うべき。

● 北海道 Tさん

異論なし。

群馬県 Iさん

私も、全くその通りと考えます。ホームインスペクターは、心身ともに独立した立場で仕事が出来る環境を作っていかなければならない。

熊本県 Mさん

業者癒着による顧客紹介や金銭的見返りは“おいしい”話だが次の顧客の紹介や見返りを期待するがために診断行為や報告書に「お手盛り」やら「脚色」があつては本来のホームインスペクションの目的や意義を損なってしまう。

さらには、そのような行為をするインスペクターの存在によって真面目に診断業務にあたる他のインスペクターの品位・信頼・信憑性まで汚してしまう恐れも懸念される。収入は診断による報酬のみと線引き（限定）しないと協会の永続的な存続まで脅かしかねないと考える。

また、売買仲介を成立させたい不動産業者やリフォーム工事が欲しい業者からの“甘い誘い”を毅然として断るためにも明文化は必要。会員証の裏に最重要倫理規定を印刷したり、掲示用の倫理規定書を作成するなどの検討をされてはどうか。

埼玉県 Kさん

何ら異存なし。むしろ当然の改定。

鹿児島県 Kさん

大変に重要。大賛成。いかに中立を保てるかが、結局は市場へのPRポイントになる。

岐阜県 Sさん

正直、まさにその方法（紹介料を払って、営業する方法）で、知り合いの不動産屋さんを訪ねる予定だった。きれいな事を言っても飯は食えない、社会的に認知されなければ力は無いに等しい。理想だけでは機能しないであろう事は周知だ。

それでも、この資格、この仕事の意義を価値あるものにする為には、必要な規定かも知れない。ホームインスペクションに価値を感じて貰うためには必要な規定だと思う。胸を張れる！1本筋が通ってなければ、そこらの民間資格と一緒に。妥協で得た周知は、いずれ首を絞める。

理念を持って取り組みたい。

富山県 Nさん

倫理規定の変更は、当然。もっと第三者性を明確にするべき。ユーザーも第三者性を強く求める時代になってきている。





中古住宅取引とホームインスペクション 第2回

齊藤 広子 (さいとう ひろこ)

1960年大阪生まれ。筑波大学第三学群社会学類都市計画専攻卒業。不動産会社勤務を経て、1992年大阪市立大学大学院生活科学研究科修了。現在、明海大学不動産学部教授。学術博士。日本マンション学会研究奨励賞、都市住宅学会論文賞、日本不動産学会業績賞、建築学会賞受賞。

▲聞き手：長嶋 修 (理事長)

長嶋 イギリスはいかがですか？

齊藤 イギリスでは、インスペクターを「サーベイヤー」とよびます。仕事の範囲は広く、インスペクションと不動産鑑定士を総合したような内容です。かなり地位の高い職業で、教育カリキュラムからすると建築士のようなもの。現場に来たスタッフは主にインスペクションを担当して、所属する会社に情報を持ち帰り、会社側が物件価格を設定していました。傷み具合から修繕費用を判断し、次の日にはすぐ買主宛て（調査団）に報告書をメールで送ってきました。費用は850ポンドでした。

イギリスでは売主が提示した希望価格から交渉を始めます。過去の成約価格は登記に載っていますから、その住宅はもちろん、周辺の住宅の相場もわかるわけですね。買主側は報告書と過去の成約価格を武器に、価格交渉をすすめるわけです。

長嶋 サーベイヤーはイギリスだけの資格ですか？

齊藤 不動産学部を卒業した後、実務を2年で経験するほか、実務だけで取る人もいますよね。サーベイヤーの資格を取れる国は多いのですが、日本ではできず、現地で2年の修行が必要です。

長嶋 アメリカとイギリスのインスペクションには、かなり違いがありそうですね。

齊藤 アメリカは設備を、イギリスは構造体を主にチェックします。イギリスでは、その場で間取り図をつくりましたね。契約重視の国では、現状と違うと不利になる恐れがあるのでむしろ図面は残さないんです。サーベイヤーは買主と金融機関がそれぞれ雇います。住宅全般をチェックする通常のレポートのほか、指定した箇所を徹底して調べる詳細レポートがあるのも特徴ですね。アメリカではインスペクターのほかに不動産鑑定士が入ります。金融機関の崩壊があったからは、金融機関と、独立した不動産鑑定士の双方が担保価値評価を行うことになっていますね。

長嶋 日本でも、中古住宅流通促進のために他に新たなプレイヤーが必要ですか？

齊藤 近年のようにインスペクションに求められる情報が増え変化していくなら、インスペクターひとりでこなすのは難しいでしょうね。スペシャリストを加えたほうがいい。専門的な

建物のインスペクションが独立したほうがいいと思いますし、液状化のような災害時の危険度判断には別の人材が必要。人材のコーディネートは不動産業者が行うことになるのでしょうか。

でも、フランスの場合、中古物件売買では不動産業者を入れない完全個人間売買が半分に及びます。ドイツ、フランスでは不動産業者は、売主と買主を引き合わせるだけ。取引の弁護人ともいえる、公証人が入るから不要なんです。契約のチェックはすべて、この人が行います。ドイツ、フランスは何を契約しているか不明瞭なので、公証人を入れて契約内容を確定していくわけです。「言った、言わない」をなくす役目です。ドイツの公証人には教示義務もありますから、大抵、買主側が人を選びます。日本では、情報開示を目指すと同時に、ドイツ、フランスのような契約内容の確定をすすめることも必要ですね。

長嶋 日本ではホームインスペクターとして、どのような姿勢で仕事に取り組むのが向くのでしょうか？ アメリカ型、それともイギリス型？

齊藤 アメリカのインスペクションは、まずリビングからスタートと言われています。そこで売主、買主と会話を交わし興味を引き出して、自分のインスペクションを全部見せる。購入後の点検や、こういった傷み具合かまで、報告書に書ききれないほどの情報を説明する。現場での説明が勝負なんです。一方、イギリスのサーベイヤーは報告書が勝負です。日本では、アメリカ型、イギリス型双方あり得ると思います。その場でのコミュニケーションが得意ならアメリカ型、精密な報告書が得意な人はイギリス型でいけるかもしれない。いずれにせよ、インスペクターが出会った方々と会話を楽しむことで、消費者はポジティブな気持ちで住宅購入を考えられるし、入居した後も住宅に興味を持ち続ける可能性も高まります。不動産教育の第一歩ですね。また、インスペクターだけで十分な報酬を得るのはなかなか難しいことですから、アメリカで出会ったインスペクターのように、リフォーム会社に在籍して仕事を行う選択肢は有効でしょう。本来求められる第三者性を発揮すれば問題ないですね。

長嶋 貴重なお話をありがとうございました。

ついに出来上がりました!! ホームインスペクションDVD

「実践! ホームインスペクション 既存一戸建て入門編」

DVD撮影風景 ちょっとドラマ仕立てになっています

- 「これからホームインスペクションをはじめようと思うんだけど、
どういうふうにとやったらいいかわからない」
- 「どのような流れでホームインスペクションが始まり、そして終わるのか」
- 「現場ではどういうことに気をつければいいのか」
- 「売主・買主・不動産業者など、
利害関係者の気持ちは?どんな配慮が必要?」
- 「現場でありがちな失敗には、どんなことがあるの?」



現場のリアリティーにこだわっています

ホームインスペクションをこれから実践しようといった方のこうした声にお答えするべく、現場が具体的に理解できるDVDをご用意いたしました。

ホームインスペクションを始める前に、ぜひこのDVDでポイントを学習してください。

ホームインスペクション現場の 具体的な流れがわかります

- 現場ではどのような流れで
インスペクションが行われるのか
- ホームインスペクションの具体的な流れ、
どのような説明をし、どうやって調査を行うのか
- ホームインスペクターのスタンス
利害関係者の気持ち
- ホームインスペクションの現場でありがちな注意点



【価 格】 ※通常価格29,800円(税込)のところ、会員限定価格:4,800円(税込)

【お申し込み】 ※協会ホームページからご注文ください。http://jshi.org

タイトル ● 「実践! ホームインスペクション 既存一戸建て入門編」 制作・著作 ● 日本ホームインスペクターズ協会

ホームインスペクターのPR戦略 第3回

ホームインスペクターにとっての「ブランド・イメージ」とは



堀内 義之 (ほりうち よしゆき)
個人事務所はやぶさPR代表

これから、ホームインスペクターにとっての「ブランド・イメージ」について考えてみたいと思います。皆さんは、自社の、あるいは自分自身のブランド・イメージを、どう捉えていますでしょうか。

そもそも、「ブランド・イメージ」とは何でしょうか。「あるブランドについて、消費者や社会が抱いているイメージ」。難しく言ってしまうと、こういうことになります。

これを見て、「自分の会社はブランドでも何でもなし、イメージというほどの大きさなものでもないから、自分には関係ないな…」とは、思わないで頂きたいのです。

私の職場の周りには、いくつもコンビニエンスストアがあります。その中で自然とよく足を運ぶようになった店があります。職場からその店へは信号を渡って行かねばならないにもかかわらず、そして特に品ぞろえが豊富なわけでもないのに、いつの間にかそうなっていたのです。その理由もあまり意識して

は考えていなかったのですが、ある時、なぜだろうと考えてみました。そして、おそらくこれだろうと思い至った結論は、「その店では、店員は全員が、両手を添えて釣銭を渡してくれるから」ということでした。他の店では、そうしてくれる店員もいれば、そうでなく片手で渡してくれる店員もいます。そのことによって、無意識のうちに、自分の中でその店に対するイメージが構築され、自然と足が向くようになっていたのでしょう。

これがすなわちブランド・イメージです。こう書いてしまうと、何やら高級で縁遠い横文字のようにも思えてしまいますが、実はこうした地道な取り組みの積み重ねによっても、ブランド・イメージの構築は可能なのです。

では、ブランド・イメージを構築するためには、どうすればいいのでしょうか。まずは当然ながら、どのようなブランドイメージを構築したいかを明確に意識することです。キーワードを思い浮かべながら考えるのがやりやすいでしょう。ホームインスペクターについては、「住宅のことを知り抜いている」「派手さはない」「信頼できる」「住まい手のことを第一に考える」「屋根裏や床下など、すみずみまで目が届く」といったあたりでしょうか。

次には、そういうイメージをどう人々に伝えていくかです。

レポートシステム「診断上手」中古マンション版がリリース!!



これまで一戸建て限定だったレポートシステム「診断上手」の“中古マンション版”が6月11日、リリースされ、認定会員のみなさんはお使いいただけるようになっています。使い勝手は一戸建て版と同じです。

※使い方はかんたん 会員ページからログイン プルダウンメニューをクリックするだけ。あとは一戸建て版と同じ要領でお使いいただけます。



※入力画面



万が一、バグなど発見されましたらお手数ですがお知らせください

ホームインスペクションマニュアル【既存マンション(区分所有者向け)】を発売



定価: 2,800円(税込)

*送料300円

※市販品ではありません。当協会サイトのみ購入できます。
※会員様は「会員専用ページ」より特価2,000円で購入できます。

【目次】

- 第1節 このマニュアルについて
- 第2節 ホームインスペクションの調査・診断レベルの位置づけ
- 第3節 本マニュアルの対象となる住宅
- 第4節 診断・調査項目の概要
- 第5節 事前確認
- 第6節 A 専有部(必須項目)
- 第7節 B 共用部(必須項目)
- 第8節 B 共用部(オプション項目)
- 第9節 C 管理運営状況(オプション項目)
- 2011年度(第3回)試験問題と解答・解説

詳細・お申し込みは協会ホームページをご覧ください。