



2020年3月30日

「第2回 企業における不動産テックの取り組み動向調査」

不動産テック(PropTech)の動向に、7割もの不動産関連企業が危機感
～ 不動産テックを認知している人の所属企業では、43%が取り組みを推進～

株式会社NTTデータ経営研究所

株式会社NTTデータ経営研究所(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:川島祐治、以下 当社)は、NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:塚本良江)が提供する「NTTコムリサーチ」登録モニターを対象に、「第2回 企業における不動産テックの取り組み動向調査」(以下、本調査)を実施しました。

昨今、破壊的イノベーションやディストラプターの名のもとで、様々な業界・企業がデジタルビジネスやデジタルトランスフォーメーションに取り組んでいます。FinTech(金融)をはじめとするテック系ビジネスの動向に目を向けると、金融の隣接領域とも言える不動産領域において不動産テック(PropTechもしくはReal Estate Techとも呼ばれる)の注目度が急激に増えています。

こうした不動産テックの盛り上がりを背景に、「不動産テックに関する取り組みをしているか?」、「不動産テックで取り入れている先進テクノロジーは何なのか?」、「取り組んでいる不動産テックの成果は出ているのか?」、「取り組んでいる不動産テックの成功要因は何なのか?」、「今後、有望だと考える不動産テックのサービスとは?」などの観点で各社の取り組み実態について調査しました。

調査結果として、不動産テックの認知度自体は3.9%とFinTechの22.9%に対してまだまだ低いものの、不動産テックを知っている人の所属企業のうち43%は不動産テックに取り組んでいることが把握できました。また、こうした不動産テックのような新しい動向に対して危機感を感じる不動産関連の企業は約7割に達しました。

実際に取り組まれている不動産テックで主に導入されているテクノロジーは、「ビッグデータ(DMP: Data Management Platform 含む)」、「AI(機械学習、ディープラーニング含む)」、「Web化・オンライン化」、「IoT」が上位で、現在および今後の不動産テックのサービスの中心は“データの収集・分析・共有”に関するものと判明しました。

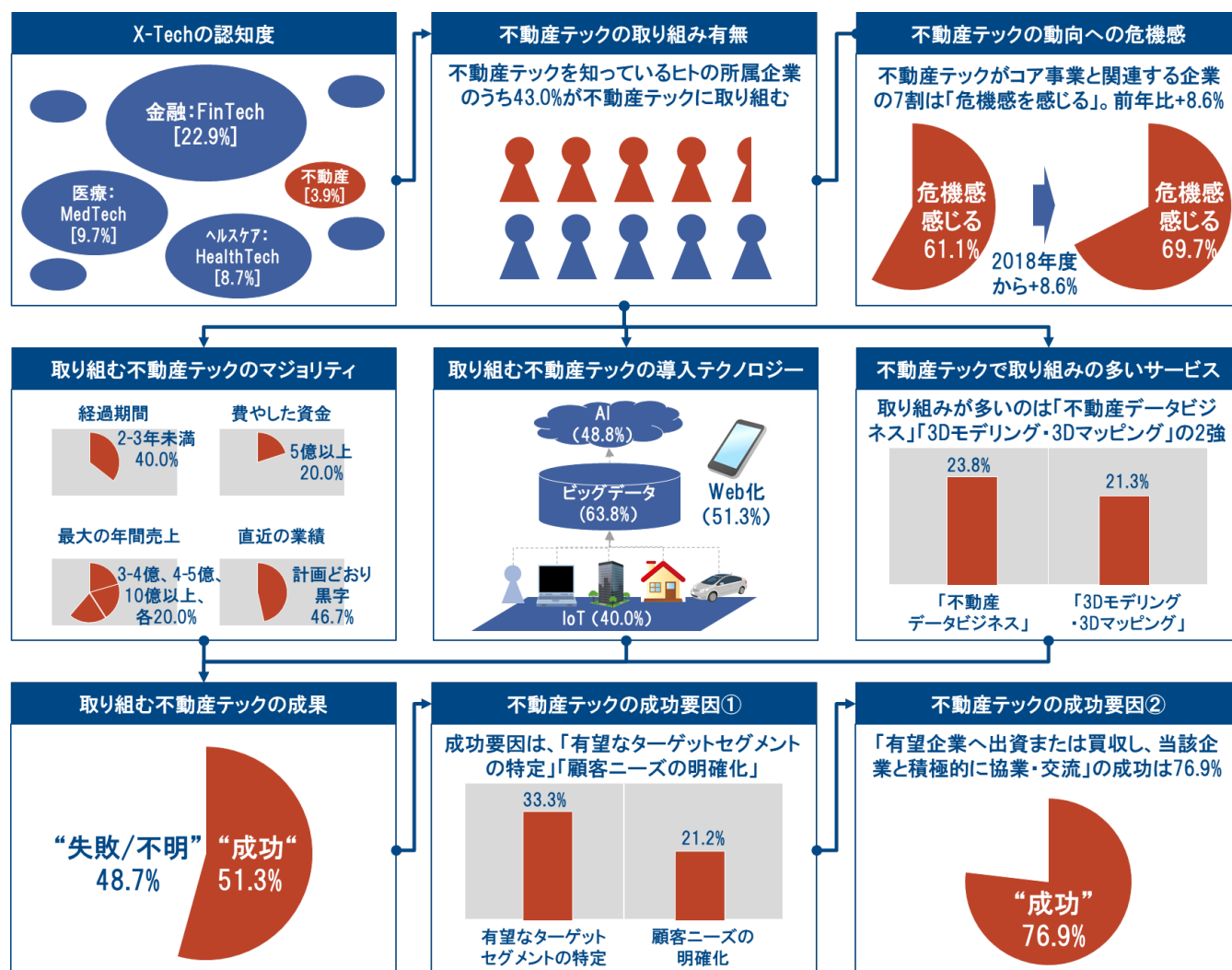
不動産テックの成果については、成果が得られたとする回答が約半数である一方、十分な成果は得られていないとする回答は4割近くに上りました。

不動産テックで成果をあげるためには、有望なターゲットを見極めたうえで顧客ニーズを明確にした取り組み、および有望企業への出資や買収が重要であると言えます。さらに、より期待以上の成果を上げるためには、出資や買収だけではなく、その出資先企業との積極的な関係構築が重要であることが明らかとなりました。

当社では今後も、アンケート等の分析結果や過去のコンサルティングの知見・ノウハウを活かし、各社の不動産テックの取り組みを支援してまいります。

【本調査のサマリー】

不動産テックの取り組み実態サマリーイメージ



本調査により、企業における不動産テックへの取り組み実態を明らかにすることができた。不動産テック (PropTech もしくは ReTech) の認知度自体はまだまだ低いものの、不動産テックを知っている人の所属企業のうち 4 割以上が不動産テックに取り組んでいることが把握できた (正確には 43.0%)。

不動産テックに取り組む企業を見ると、テクノロジードリブンの新しい取り組みは、ベンチャー企業や身軽な中小企業のほうが積極的に取り組むイメージもあると思われるが、実際は企業規模が大きい企業ほど不動産テックに取り組んでいた。不動産テックに取り組む企業の状況について、2018年度の結果と今回2019年度の結果を比較すると、2019年度に最も多かった「企画・立案の検討中 (31.3%)」は、2018年度の26.3%と比べて5.0ポイント増加した。一方、「調査・研究の段階」は2018年度の17.2%に対して、2019年度は11.3%と5.9ポイント減少した。これは、「調査・研究の段階」から「企画・立案の検討中」へとシフトしたものと推察される。

実際に取り組まれている不動産テックの概況としては、サービスローンチからの経過期間として最も多いのが「2年～3年未満 (40.0%)」であった。サービスローンチまでに費やした資金として最も多いのが「5億円以上 (20.0%)」、続いて「5000万円～1億円未満 (13.3%)」、「1億円～2億円未満 (13.3%)」、「2億円～3億円未満 (13.3%)」であった。年間売上の最高額としてもっとも多いのが「3億円～4億円未満 (20.0%)」、「4億円～5億円未満 (20.0%)」、「10億円以上 (20.0%)」と60%以上が3億円以上であった。

つまり、登場している不動産テックのサービス像は、サービスローンチから2〜3年が経過し、“億”単位を投資した結果、3億円以上の売上のサービスというイメージである。

実際に取り組まれている不動産テックの導入テクノロジーとしては、「ビッグデータ（DMP:Data Management Platform 含む）（63.8%）」、「Web 化・オンライン化（51.3%）」、「AI（機械学習、ディープラーニング含む）（48.8%）」、「IoT（40.0%）」であった。

過去・現在・未来に取り組む不動産テックのサービス、および今後有望と思われる不動産テックのサービスの第1位が「不動産価格データ収集・分析:不動産の成約価格、物件情報などのデータを収集・分析・共有することで資産価値評価や売買予測等を行うサービス群」という結果から鑑みても、不動産テックのサービスの中心は“データの収集・分析・共有”に関するものであると言える。

また、過去・現在・未来に取り組む不動産テックのサービスとしては、「3Dモデリング・3Dマッピング:実際の空間をスキャンしたり、設計図などからPC上に3Dで再現するサービス群」が僅差で第2位であった。

実際に取り組まれている不動産テックの成果については、「期待通りの成果」「期待以上の成果」のいわゆる“成果が得られている”が51.3%であった。一方で、「一定の成果は得られているが、期待していた程ではない（31.3%）」「期待していた成果は得られていない（7.5%）」の合計として4割近くが成果は得られていない。

いわゆる“成果が得られている”とする成功要因としては、「有望なターゲットセグメントを特定したこと」、「顧客ニーズを明確化したこと」という回答が多かった。他の成功要因としては、異業種間における提携・協業・交流が挙げられる。本調査では、不動産テックの成果と、不動産テック実現に向けたアライアンスや買収などのアクションの相関についても調査を行った。結果としては、有望企業への出資や買収と成果に相関を確認できた。

具体的には、いわゆる“成果が得られている”とする割合は、「有望企業へ出資または買収し、出資先の有望企業と積極的に協業・交流した」が76.9%であった。特に、「期待以上の成果が得られている」が69.2%と、他が10%程度であることと比べて突出していた。

このように、不動産テックで成果をあげるためには、有望なターゲットを見極めたうえで顧客ニーズを明確にした取り組み、および有望企業への出資や買収が重要であると言える。さらに、より期待以上の成果を上げるためには、出資や買収だけではなく、その出資先企業との積極的な関係構築が重要であることが明らかとなった。

【主な調査結果】

1. X-Tech の取り組み実態

- 認知度の高い X-Tech は、「金融:FinTech (22.9%)」。

…参照 P. 11

- X-Tech の認知度調査の結果について、2016 年度の結果と今回 2019 年度の結果の比較として、その差分が最も大きいのは、「金融:FinTech (2016 年度 17.9%、2019 年度 22.9%より、差分 5.0%)」。

…参照 P. 11

2. 不動産テックへの取り組み実態

※以下は、前述の X-Tech の認知度調査で不動産テックを知っている回答者に対して行った質問に対する結果

- 不動産テックの動向への危機感の有無で最も多いのは、「不動産テックはコア事業とは関係ないため、危機感を感じない (34.4%)」。「不動産テックはコア事業とは関係ないため、危機感を感じない」を除いた不動産テックがコア事業と関係のある回答者だけに絞って集計すると、「危機感を感じる (69.7%)」、「危機感を感じない (30.3%)」。

…参照 P. 13

- 不動産テックの動向への危機感の有無について、2018 年度の結果と今回 2019 年度の結果を比較すると、「不動産テックはコア事業とは関係ないため、危機感を感じない」を除いた不動産テックがコア事業と関係のある回答者だけに絞って集計すると、「危機感を感じる」が 2018 年度の 61.1%から 69.7%へ 8.6 ポイント増加、「危機感を感じない」が 2018 年度の 38.9%から 30.3%へ 8.6 ポイント減少した。

…参照 P.13

- 不動産テックに関する取り組み有無で最も多いのは、「取り組みをしたことは無い (44.6%)」。
- 一方、「過去に取り組みをしていた (2.7%)」、「現在、取り組んでいる (26.3%)」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている (14.0%)」を足し合わせると 43.0%と過半数に近い企業で不動産テックの取り組みに前向きという結果になっている。

…参照 P.15

- 不動産テックに関する取り組み有無について、2018 年度の結果と今回 2019 年度の結果を比較すると、2019 年度に最も多かった「取り組みをしたことは無い (44.6%)」は、2018 年度の 45.1%と比べて 0.5 ポイント減少した。また、「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」の合計は 2018 年度の 35.7%から 2019 年度の 43.0%へと 7.3 ポイント増加している。

…参照 P.15

- 業種別の不動産テックに関する取り組み有無で、「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」を足し合わせると、製造業は同 56.7%、運輸業は同 50.0%、建設業は同 42.9%と、不動産業の同 42.2%を上回る結果になっている。

…参照 P.17

- 不動産テックの取り組みは、企業規模が大きくなるほど取り組みを実施している。具体的には、「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」の合計は、[従業員 300 人未満×資本金 3 億円以下]の企業は 26.3%、[従業員 300 人未満×資本金 3 億円以上]の企業は 25.0%、[従業員 300 人以上×資本金 3 億円以下]の企業は 53.6%、[従業員 300 人以上×資本金 3 億円以上]の企業は 51.6%。

…参照 P.18

- 不動産テックに取り組む企業の状況として最も多いのは、「企画・立案の検討中（31.3%）」。

…参照 P.19

- 不動産テックに取り組む企業の状況について、2018 年度の結果と今回 2019 年度の結果を比較すると、2019 年度に最も多かった「企画・立案の検討中（31.3%）」は、2018 年度の 26.3%と比べて 5.0 ポイント増加した。一方、「調査・研究の段階」は 2018 年度の 17.2%に対して、2019 年度は 11.3%と 5.9 ポイント減少した。これは、「調査・研究の段階」から「企画・立案の検討中」へとシフトしたものと推察される。

…参照 P.19

- 不動産テックのサービスローンチからの経過期間として最も多いのは、「2 年～3 年未満（40.0%）」。

…参照 P.21

- 不動産テックのサービスローンチにあたって費やした資金として最も多いのは、「わからない・不明」を除く回答のうち最も多いのは「5 億円以上（20.0%）」。

…参照 P.22

- 不動産テックのサービスにおいて最も大きかった年間売上として最も多いのは、「3 億円～4 億円未満（20.0%）」、「4 億円～5 億円未満（20.0%）」、「10 億円以上（20.0%）」。

…参照 P.23

- 不動産テックのサービスの直近の業績として最も多いのは、「計画どおり黒字（46.7%）」。

…参照 P.24

3. 不動産テックの取り組み内容

※以下は、前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で、過去・現在・未来に取り組みを行うと回答した者に対して行った質問の結果

- 不動産テックに取り組む目的で最も多いのは、「収益拡大のための新規事業(直近よりも将来の中核事業育成)（43.8%）」。

…参照 P.25

- 不動産テックに取り組まない理由で最も多いのは、「不動産がコア事業でないため（63.9%）」であった。

…参照 P.27

- 過去・現在・未来に取り組む可能性のある不動産テックのサービスで最も多いのは、「不動産データビジネス: 不動産の成約価格、物件情報などのデータを収集・分析・共有することで資産価値評価や売買予測等を行うサービス群（23.8%）」。

…参照 P.29

- 取り組む不動産テックにおける本質的な価値で最も多いのは、「従来と比べ明らかに、“効率が良い”、“手間が減

る”（51.3%）」。

…参照 P.30

- 取り組む不動産テックにおける導入テクノロジーで最も多いのは、「ビッグデータ（DMP:Data Management Platform 含む）（63.8%）」であった。続いて「Web 化・オンライン化（51.3%）」、「AI（機械学習、ディープラーニング含む）（48.8%）」であった。

…参照 P.32

- 取り組む不動産テックの成果は、「期待通りの成果」「期待以上の成果」が 51.3%と、約半数を占めている。一方で、「一定の成果は得られているが、期待していた程ではない（31.3%）」「期待していた成果は得られていない（7.5%）」の合計として 4 割近くが期待を下回っている。

…参照 P.34

- 取り組む不動産テックの成功要因は、「有望なターゲットセグメントを特定したこと（1 位 33.3%、2 位 9.1%、3 位 4.5%）」であった。続いて、「顧客ニーズを明確化したこと（1 位 21.2%、2 位 21.2%、3 位 1.5%）」であった。

…参照 P.36

- 取り組む不動産テックにおける社外の人的リソースの活用で最も多いのは、「IT ベンダーのようなITの専門家の活用 ※システムやWebサービスの開発を行う前の段階（55.0%）」。

…参照 P.38

- 取り組む不動産テック実現に向けた提携・出資・買収で最も多いのは、「有望企業と提携し、提携先の有望企業と積極的に協業・交流した（32.5%）」であった。「有望企業へ出資または買収し、出資先の有望企業と積極的に協業・交流した（32.5%）」「有望企業へ出資または買収したが、カネだけ出して出資先の有望企業には介入しなかった（21.3%）」「有望企業と提携し、提携先の有望企業と積極的に協業・交流した（16.3%）」の合計約 7 割が有望企業との提携・出資・買収のアクションを起こした。

…参照 P.40

- 取り組む不動産テックで「有望企業へ出資または買収し、出資先の有望企業と積極的に協業・交流した」とする企業のうち「期待以上の成果が得られている」が 69.2%。「期待通りの成果が得られている（7.7%）」と合わせた“成果が得られている”とする割合は 76.9%。

…参照 P.41

4. 不動産テックのサービス別の認知度・今後の有望度

※以下は、前述の X-Tech の認知度調査で不動産テックを知っている回答者に対して行った質問に対する結果

- 知っている不動産テックのサービスで最も多いのは、「不動産価格データ収集・分析:不動産の成約価格、物件情報などのデータを収集・分析・共有することで資産価値評価や売買予測等を行うサービス郡（68.8%）」。

…参照 P.42

- 今後有望だと考える不動産テックのサービスで最も多いのは、「不動産価格データ収集・分析:不動産の成約価格、物件情報などのデータを収集・分析・共有することで資産価値評価や売買予測等を行うサービス郡（1 位 39.8%、2 位 4.3%、3 位 5.4%）」。

…参照 P.44

< 本調査におけるアライアンスの定義 >

戦略的な目標を共有する企業間で協力関係を結ぶこと。アライアンスの種類は、資本提携、業務提携、技術提携、オープンイノベーションとし、それぞれの定義は下記の通りとする。

- ・ 資本提携＝一方の企業が他方の企業の株式を保有する、または双方で株式を保有しあうことを通じて、事業上の協力関係を構築すること。M&Aも資本提携に内包している。
- ・ 業務提携＝複数の企業が業務上の協力関係を築くこと。販売提携、生産提携も業務提携に内包している。
- ・ 技術提携＝事業上重要な技術を供与する、もしくは相互に供与する関係を構築すること。
- ・ オープンイノベーション＝自社の業務やノウハウ・技術の一部を外部に公開し、広く外部のアイデアや技術を活用して自社の課題を解決する取り組み。

【本件に関するお問い合わせ先】

■ 報道関係のお問い合わせ先 株式会社NTTデータ経営研究所 コーポレート統括本部 業務基盤部 広報担当 Tel:03-5213-4016 E-mail:webmaster@nttdata-strategy.com	■ 内容に関するお問い合わせ先 株式会社NTTデータ経営研究所 情報戦略事業本部 ビジネストランスフォーメーションユニット シニアマネージャー 川戸／コンサルタント 華岡 Tel:03-5213-4140
---	--

目次

調査概要	9
調査結果	11
1. X-Tech の認知度	11
1.1. X-Tech の種類別の認知度	11
2. 不動産テックへの取り組み実態	
2.1. 不動産テック動向への危機感	13
2.2. 不動産テックの取り組み有無	15
2.2.1. 不動産テックの取り組み有無（業種別）	17
2.2.2. 不動産テックの取り組み有無（企業規模別）	18
2.3. 不動産テックの取り組み状況	19
2.4. 不動産テックのサービスローンチからの経過期間	21
2.5. 不動産テックのサービスローンチにあたって費やした資金	22
2.6. 不動産テックのサービスにおいて最も大きかった年間売上	23
2.7. 不動産テックのサービスの直近の業績	24
3. 不動産テックの取り組み内容	25
3.1. 不動産テックに取り組む目的	25
3.2. 不動産テックに取り組まない理由	27
3.3. 過去・現在・未来に取り組む不動産テックのサービス	29
3.4. 取り組む不動産テックにおける本質的な価値	30
3.5. 取り組む不動産テックにおける導入テクノロジー	32
3.6. 取り組む不動産テックの成果	34
3.7. 不動産テックの成功要因	36
3.8. 取り組む不動産テックにおける社外の人的リソースの活用状況	38
3.9. 取り組む不動産テックにおける提携・出資・買収	40
3.10. 取り組む不動産テックにおける提携・出資・買収と成果の関係	41
4. 不動産テックのサービス別の認知度・今後の有望度	42
4.1. 不動産テックのサービス別の認知度	42
4.2. 今後有望な不動産テックのサービス	44

調査概要

1. 調査対象： NTT コムリサーチ（*1）クローズド調査
2. 調査方法： 非公開型インターネットアンケート
3. 調査期間： 2019 年 10 月 28 日～2019 年 11 月 11 日
4. 有効回答数： 4,770 サンプル （*2）
5. 回答者の属性：
 - ✓ 全国 20 代～70 代以上の男女
 - ✓ 回答者の雇用形態、所属企業の業種、資本金、従業員数については下表参照

《雇用形態》

		実数	%
全体		4770	100.0
1	正社員	3670	76.9
2	契約社員	523	11.0
3	派遣社員	123	2.6
4	取締役や理事等	250	5.2
5	その他	204	4.3

《業種》

		実数	%
全体		4770	100.0
1	農業、林業、漁業	18	0.4
2	鉱業、採石業、砂利採取業	10	0.2
3	製造業	1293	27.1
4	電気・ガス・熱供給・水道業	70	1.5
5	運輸業（鉄道、運送、物流、倉庫、郵便など含む）	285	6.0
6	商社、卸売業・小売業（食品・飲料、医薬、衣料）	601	12.6
7	保険業	90	1.9
8	物品賃貸業	15	0.3
9	情報通信業（ソフトウェア・インターネット関連）	541	11.3
10	金融業（銀行、信託銀行、投資銀行、証券会社など）	160	3.4
11	不動産業（仲介、デベロッパー、ハウスメーカー）	172	3.6
12	建設業（建築設計、インテリア・エクステリア、）	333	7.0
13	ベンチャーキャピタル・投資ファンド	6	0.1
14	学術研究、専門・技術サービス業（士業、コンサル）	512	10.7
15	その他	664	13.9

《資本金》

		実数	%
全体		4770	100.0
1	5,000万円未満	1965	41.2
2	5,000万円～1億円未満	713	14.9
3	1億円～3億円未満	563	11.8
4	3億円～5億円未満	224	4.7
5	5億円以上	1305	27.4

《従業員数》

		実数	%
全体		4770	100.0
1	100人未満	1894	39.7
2	100人～300人未満	802	16.8
3	300人～500人未満	364	7.6
4	500人～1,000人未満	443	9.3
5	1,000人以上	1267	26.6

【補足】

(*1) NTT コム リサーチ <http://research.nttcoms.com/>

NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社 (<http://www.nttcoms.com/>) が提供する、高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービス。自社保有パネルとして国内最大級の延べ 217 万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、さまざまな市場調査ニーズに対応。(モニターの人数は 2020 年 3 月現在)

(*2) 同一所属企業から複数の回答者があった場合は、職位上位者 1 名に絞込み

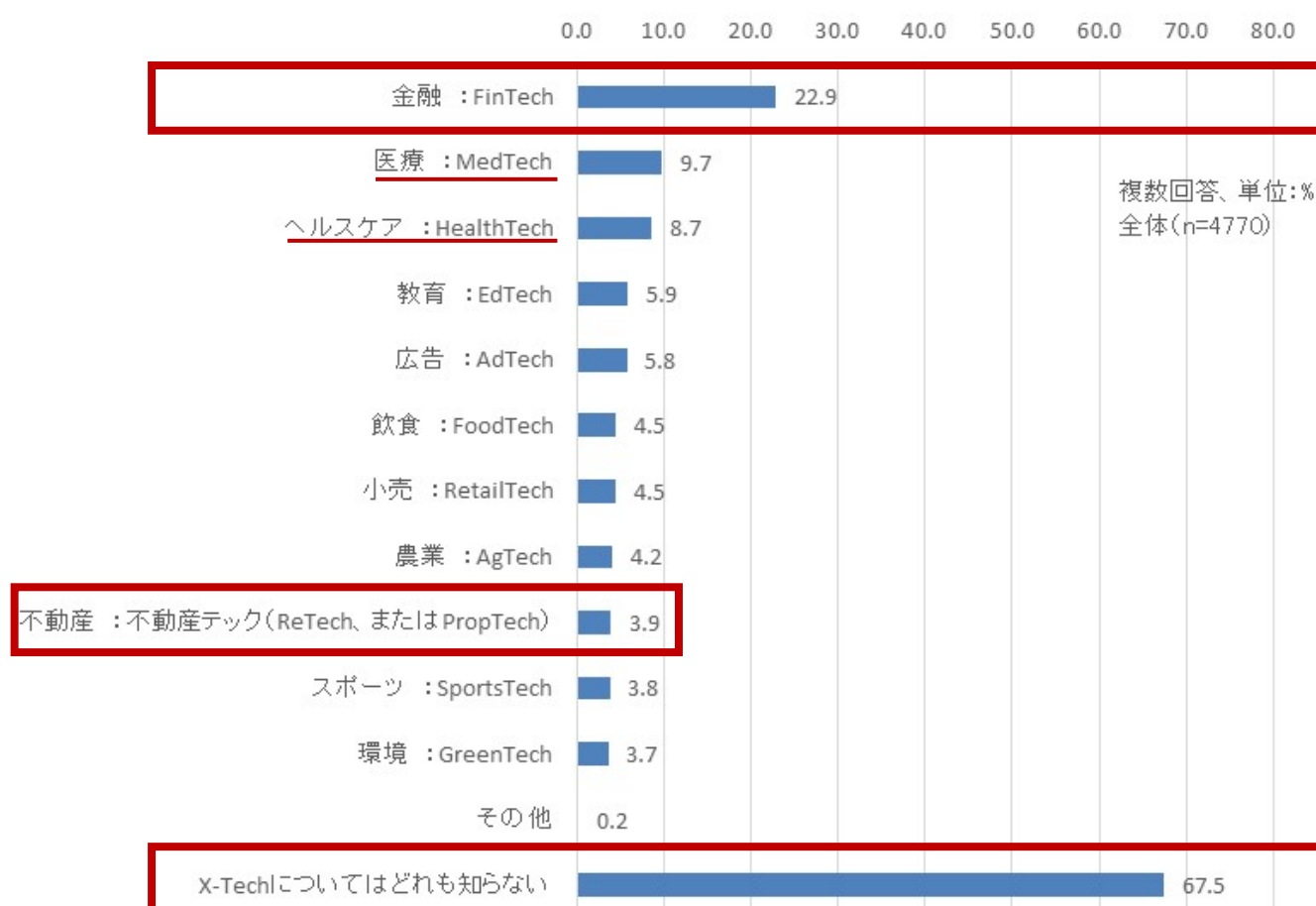
調査結果

1. X-Tech の認知度

1.1. X-Tech の種類別の認知度

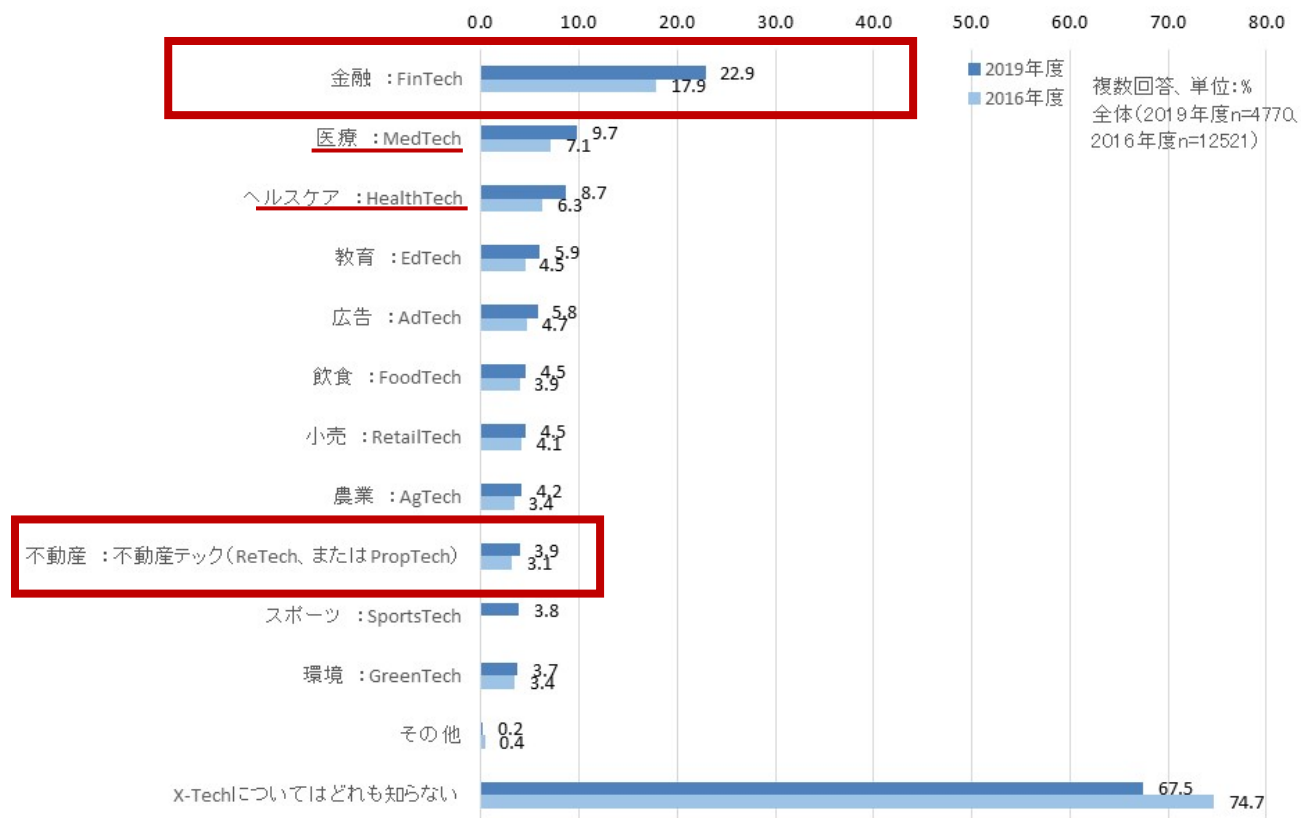
知っている X-Tech の企業やサービスの業界を尋ねたところ、最も多いのは「X-Tech についてはどれも知らない」であった(67.5%)。知っている人の中で最も多いのは「金融:FinTech (22.9%)」、続いて「医療:MedTech (9.7%)」、「ヘルスケア:HealthTech (8.7%)」、他は 3%~6%前後で横一線であった。また、不動産テックの認知度は 3.9%であった。

【図表 1-1a】 X-Tech の認知度



以下は、2016年度の同時期におけるX-Techの認知度調査の結果と今回2019年度の結果の比較である。差分が最も大きいのは「金融:FinTech（2016年度 17.9%、2019年度 22.9%より、差分 5.0%）」であった。続いて「医療:MedTech（2016年度 7.1%、2019年度 9.7%より、差分 2.6%）」、「ヘルスケア:HealthTech（2016年度 6.3%、2019年度 8.7%より、差分 2.4%）」であった。また、不動産テックの認知度は、2016年度の 3.1%から2019年度の 3.9%にわずかに増加。

【図表 1-1b】（2016年度との比較）X-Tech の認知度の比較



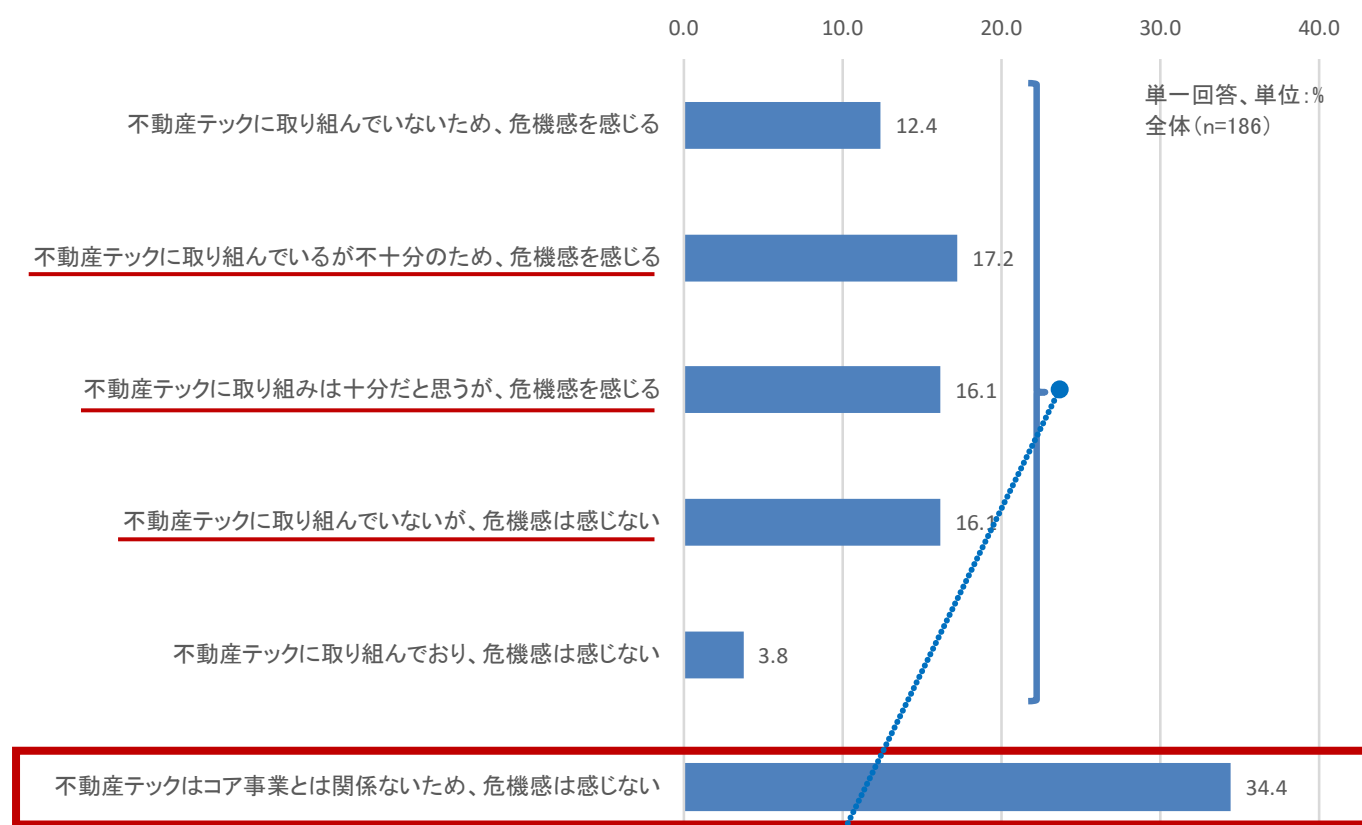
2. 不動産テックの取り組み実態

2.1. 不動産テック動向への危機感

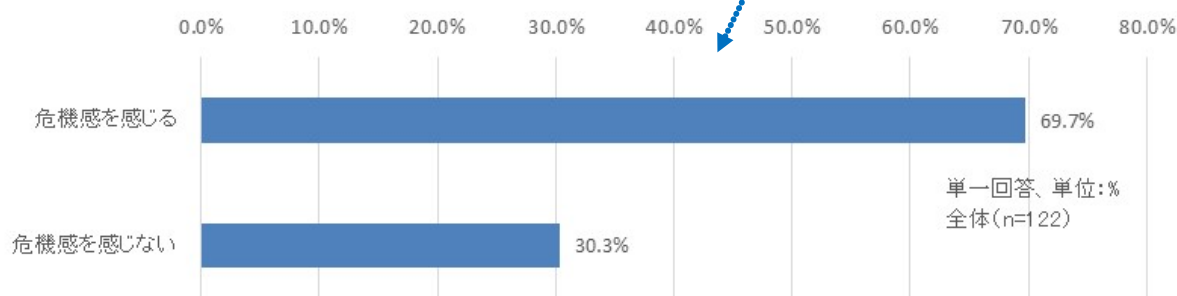
前述の X-Tech の種類別の認知度の質問で「不動産：不動産テック(ReTech、または PropTech)」と回答した回答者に対して、所属している会社における不動産テックの取り組み状況を踏まえ、不動産テックのようなデジタル化の動向への危機感を尋ねた。最も多いのは「不動産テックはコア事業とは関係ないため、危機感を感じない（34.4%）」であった。続いて「不動産テックに取り組んでいるが不十分のため、危機感を感じる（17.2%）」、「不動産テックに取り組むは十分だと思うが、危機感を感じる（16.1%）」、及び「不動産テックに取り組んでいないが、危機感を感じない（16.1%）」であった。

ここで「不動産テックはコア事業とは関係ないため・・・」を除く、不動産テックがコア事業と関係のある122人の回答者だけに絞って集計すると、「危機感を感じる（69.7%）」、「危機感を感じない（30.3%）」であった。

【図表 2-1a】 所属企業の取り組み状況を踏まえた不動産テック動向への危機感



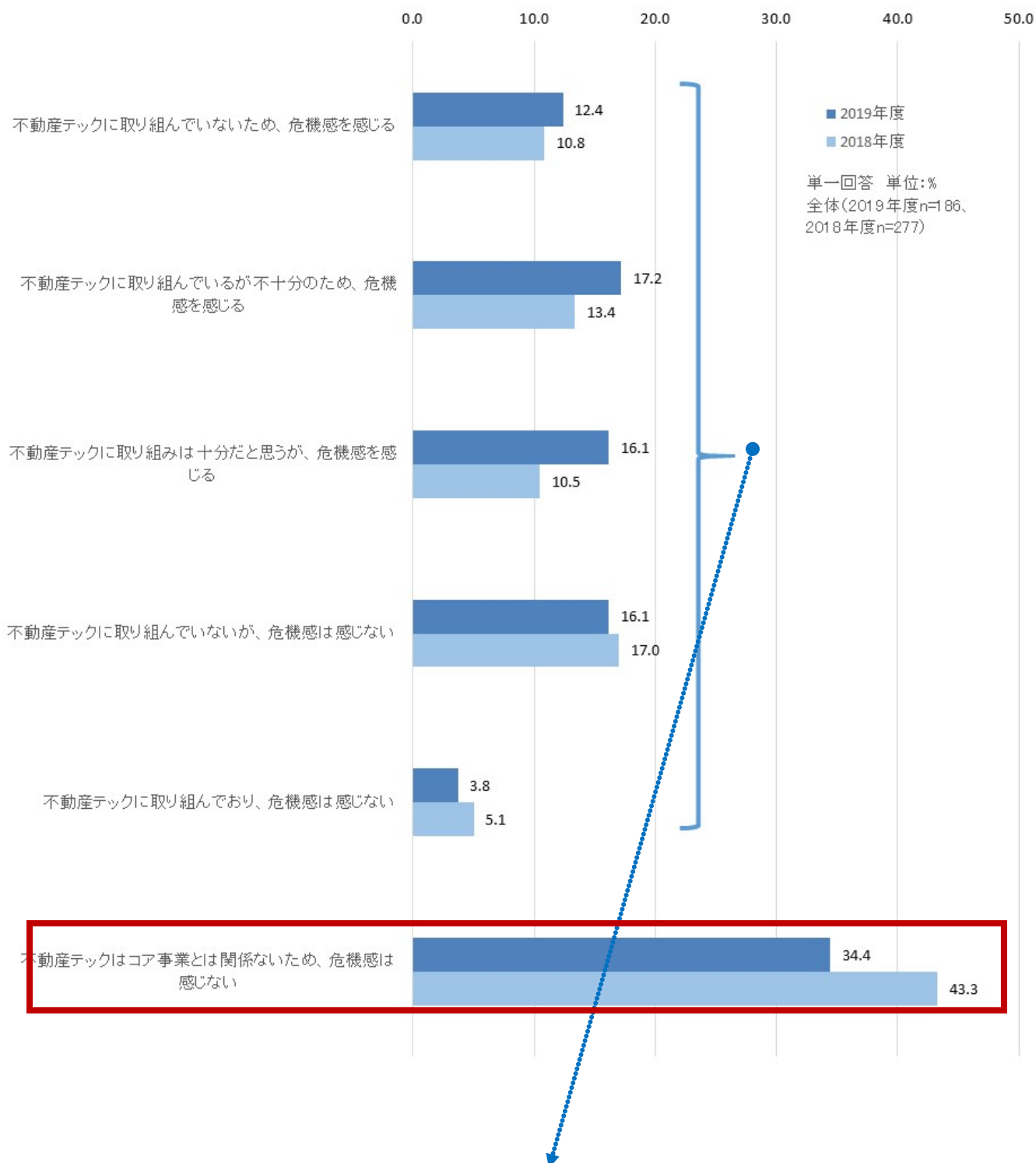
【図表 2-1b】 不動産テックがコア事業と関係のある回答者における不動産テックへの危機感



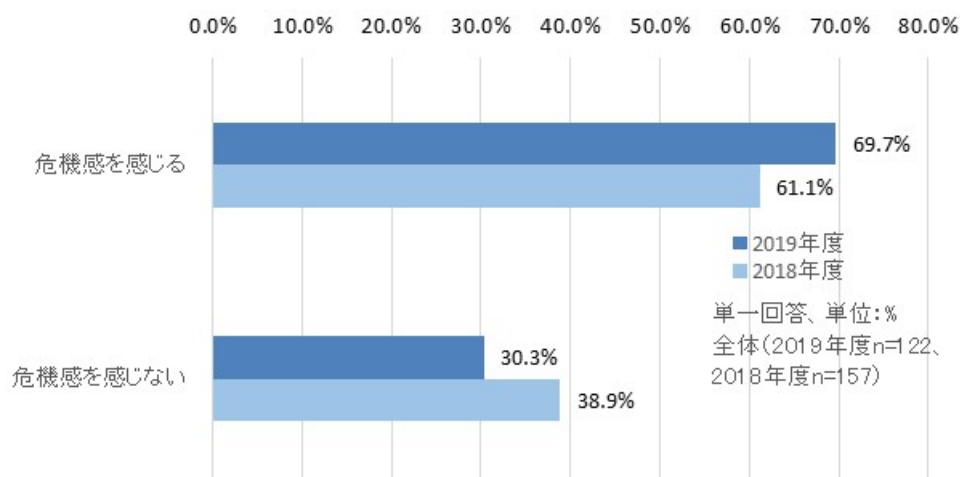
続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「不動産テックはコア事業とは関係ないため、危機感を感じない（34.4%）」は、2018年度の43.3%と比べて8.9%減少した。

また、「不動産テックはコア事業とは関係ないため・・・」を除く、不動産テックがコア事業と関係のある回答者だけに絞って集計すると、「危機感を感じる」が2018年度の61.1%から69.7%へ8.6%増加、「危機感を感じない」が2018年度の38.9%から30.3%へ8.6%減少した。

【図表 2-1c】（2018年度との比較）所属企業の取り組み状況を踏まえた不動産テック動向への危機感



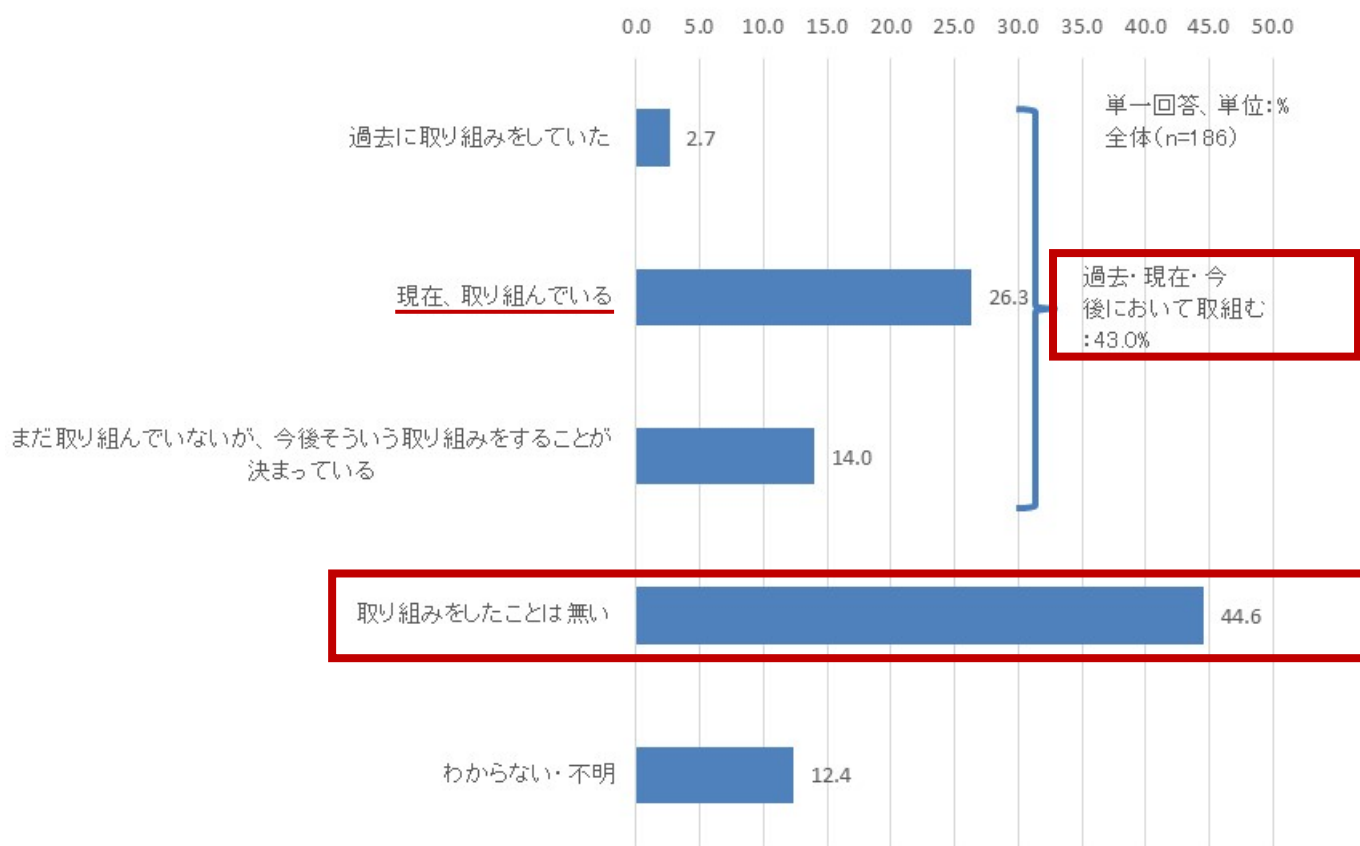
【図表 2-1d】 (2018 年度との比較) 不動産テックがコア事業と関係のある回答者における不動産テックへの危機感



2.2. 不動産テックの取り組み有無

前述の X-Tech の種類別の認知度の質問で「不動産 : 不動産テック(ReTech、または PropTech)」と回答した回答者 186 人に対して、所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無を尋ねた。最も多いのは「取り組みをしたことは無い (44.6%)」であった。続いて「現在、取り組んでいる (26.3%)」であった。一方、「過去に取り組みをしていた (2.7%)」、「現在、取り組んでいる (26.3%)」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている (14.0%)」を足し合わせると 43.0%と過半数に近い企業で不動産テックの取り組みに前向きという結果になっている。

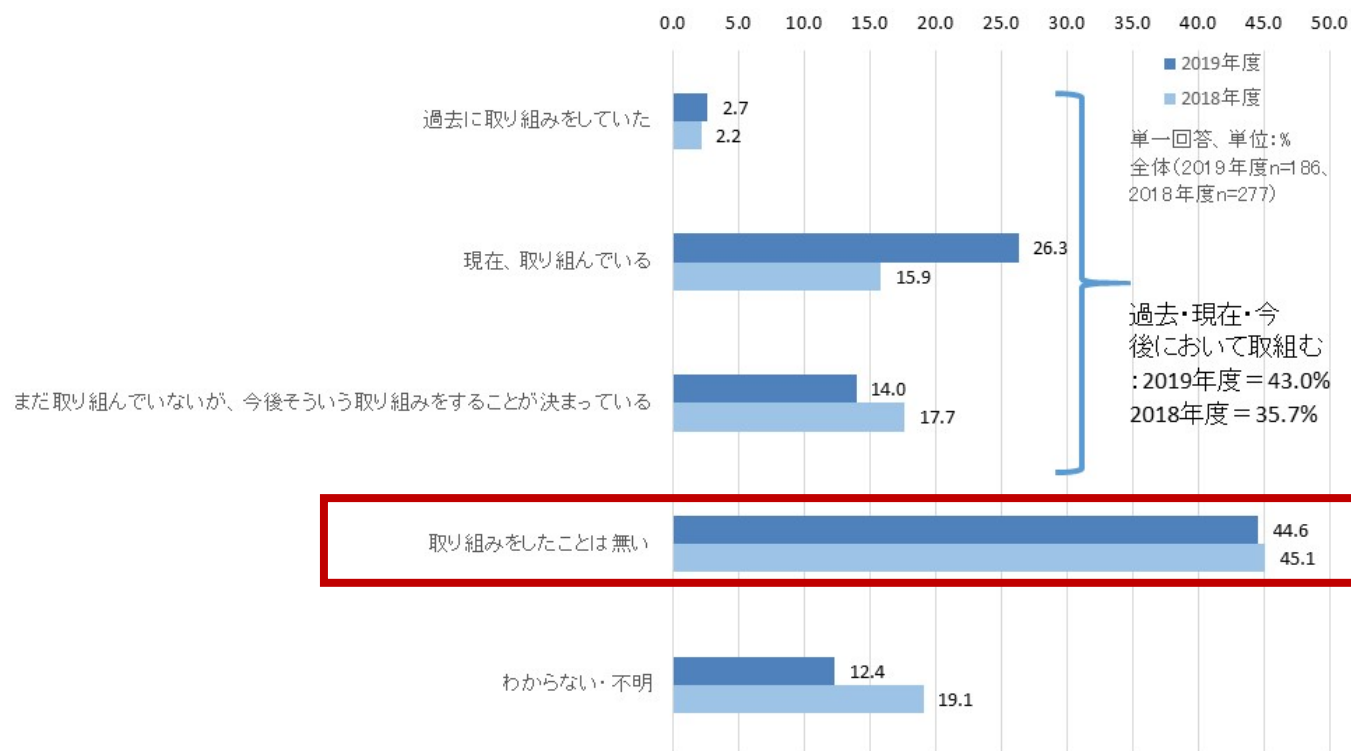
【図表 2-2a】 所属企業における不動産テック取り組み有無



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「取り組みをしたことは無い（44.6%）」は、2018年度の45.1%と比べて0.5%減少した。

また、「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」の合計は2018年度の35.7%から2019年度の43.0%へと7.3%増加している。

【図表 2-2b】（2018年度との比較）所属企業における不動産テック取り組み有無



2.2.1. 不動産テックの取り組み有無（業種別）

前述の X-Tech の種類別の認知度の質問で「不動産：不動産テック(ReTech、または PropTech)」と回答した回答者に対して、所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無を尋ねた。その結果について、所属企業の業種と取り組み有無の相関を見るため、クロス集計分析を行った。

注目すべきは不動産業であるが、45 人の回答者に対して「取り組みをしたことは無い（44.4%）」であった。一方で「過去に取り組みをしていた（2.2%）」、「現在、取り組んでいる（31.1%）」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている（8.9%）」を足し合わせると 42.2%であった。一方で半数以上の所属企業においては不動産テックの取り組みが行われていない状況であった。この不動産業の不動産テックの取り組みが行われている割合 42.2%は他業界と比較しても低いことが伺える。回答者 37 人の製造業は同 56.7%、回答者 10 人の運輸業は同 50.0%、回答者 14 人の建設業は同 42.9%、回答者 7 人の金融業も同 42.9%であった。

【図表 2-2-1】 不動産テック取り組み有無（業種別）

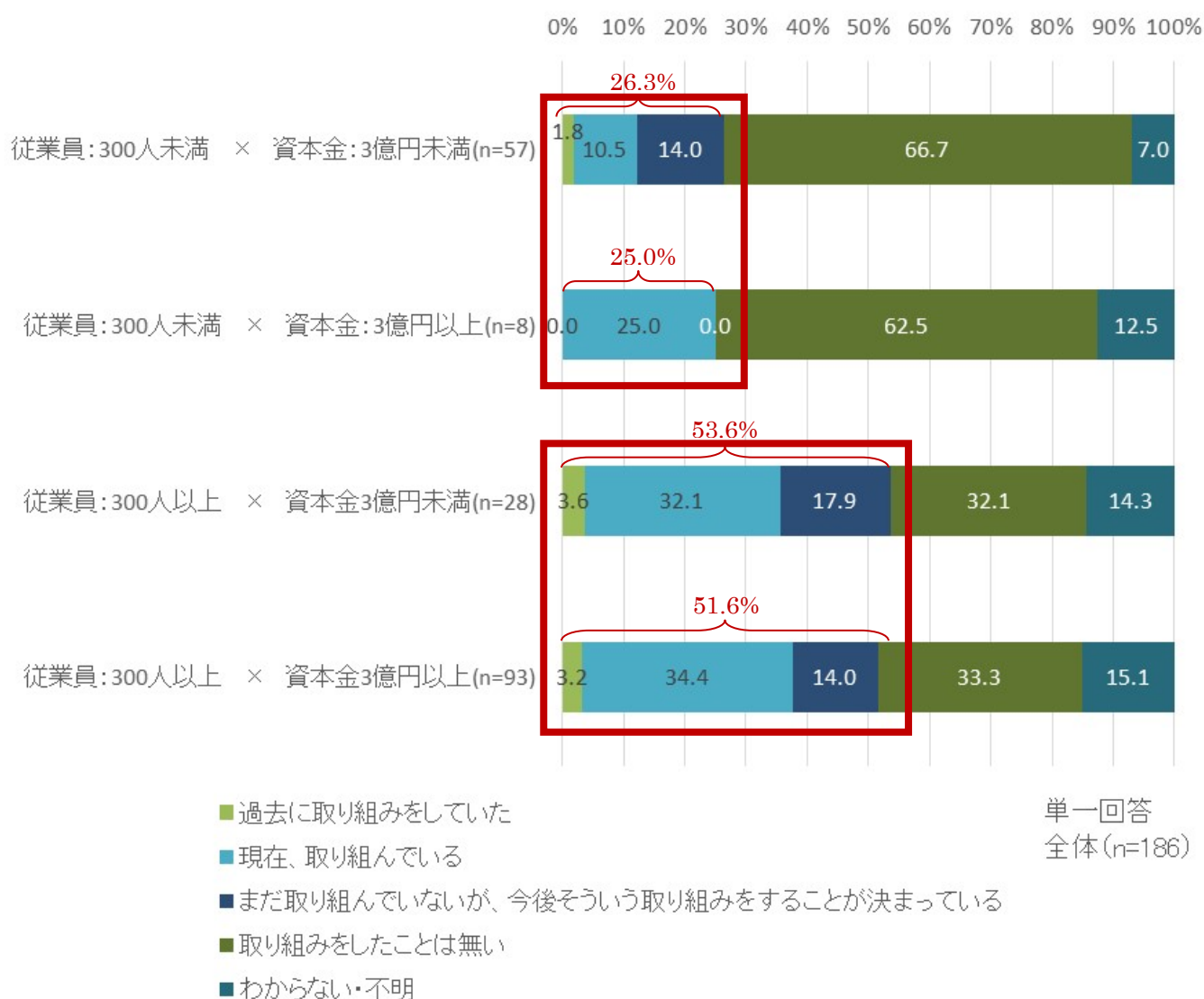


2.2.2. 不動産テックの取り組み有無（企業規模別）

前述の X-Tech の種類別の認知度の質問で「不動産：不動産テック(ReTech、または PropTech)」と回答した回答者に対して、所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無を尋ねた。その結果について、所属企業の企業規模と取り組み有無の相関を見るため、クロス集計分析を行った。

「過去に組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」の合計は、[従業員 300 人未満×資本金 3 億円未満]の企業は 26.3%、[従業員 300 人未満×資本金 3 億円以上]の企業は 25.0%、[従業員 300 人以上×資本金 3 億円未満]の企業は 53.6%、[従業員 300 人以上×資本金 3 億円以上]の企業は 51.6%であった。つまり、従業員数が多い企業ほど不動産テックに取り組んでいる。

【図表 2-2-2】 不動産テック取り組み有無(企業規模別)



2.3. 不動産テックの取り組み状況

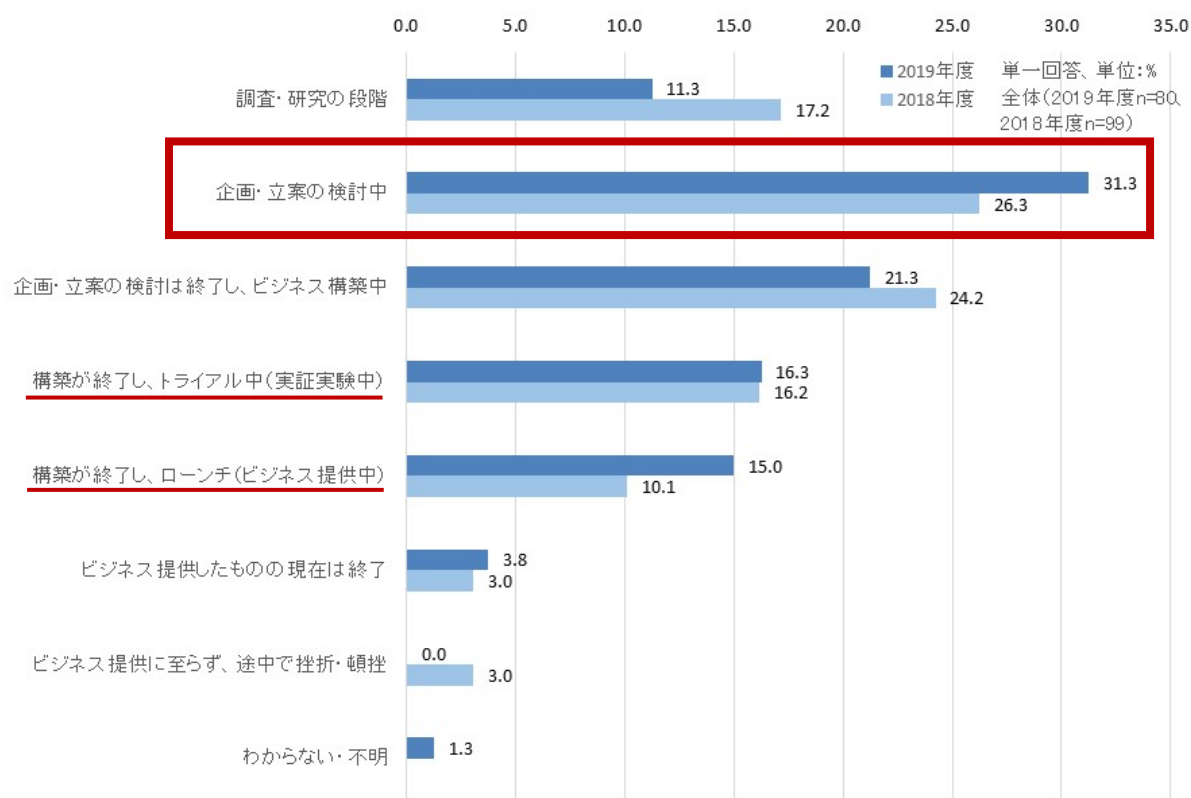
前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」と回答した回答者 80 人に対して、現在の取り組み状況を尋ねた。最も多いのは「企画・立案の検討中（31.3%）」であった。続いて「企画・立案の検討は終了し、ビジネス構築中（21.3%）」、「構築が終了し、トライアル中（実証実験中）（16.3%）」であった。

【図表 2-3a】（2018 年度との比較）不動産テックに取り組んでいる企業の状況



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「企画・立案の検討中（31.3%）」は、2018年度の26.3%と比べて5.0%増加した。また、「構築が終了し、ローンチ（ビジネス提供中）」も4.9%増加した。一方、「調査・研究の段階」は2018年度の17.2%に対して、2019年度は11.3%と5.9%減少した。これは、「調査・研究の段階」から「企画・立案の検討中」へとシフトしたものと推察される。

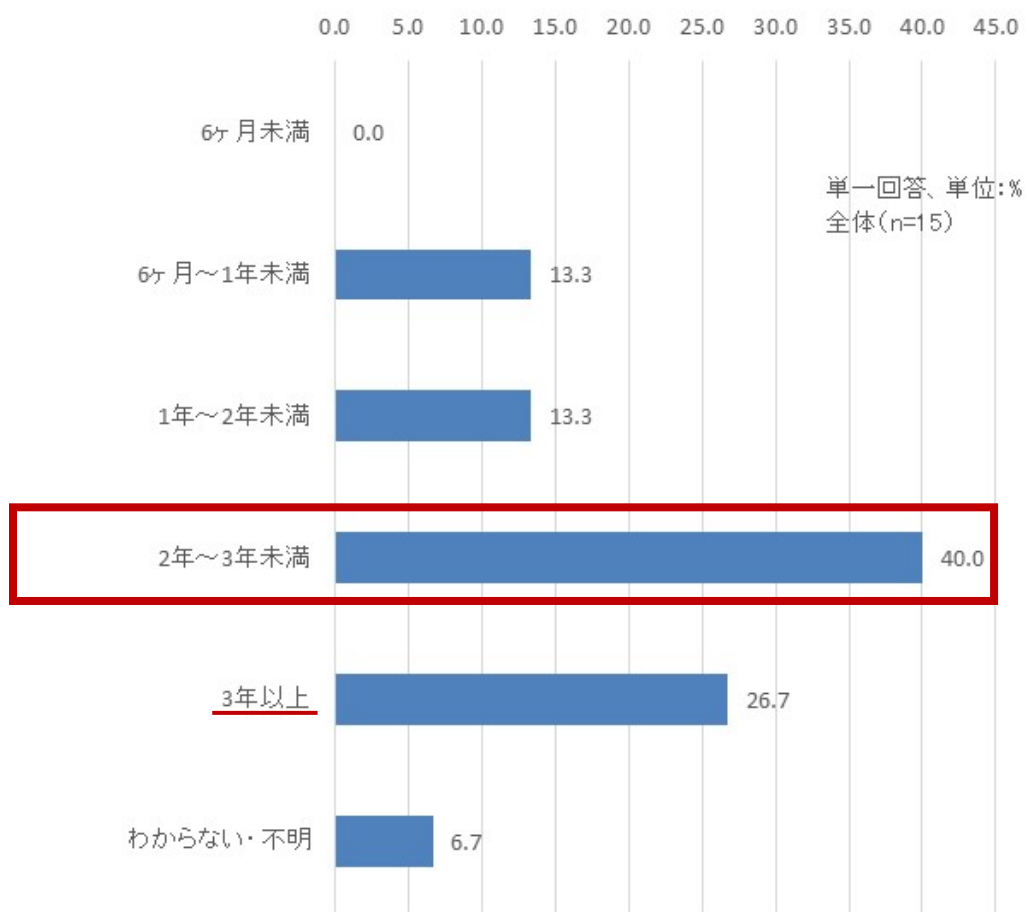
【図表 2-3b】（2018年度との比較）不動産テックに取り組んでいる企業の状況



2.4. 不動産テックのサービスローンチからの経過期間

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み状況の質問で「構築が終了し、トライアル中(実証実験中)」、「構築が終了し、ローンチ(ビジネス提供中)」と回答した回答者 15 人に対して、サービスローンチからの経過期間を尋ねた。最も多いのは「2 年～3 年未満 (40.0%)」であった。続いて「3 年以上 (26.7%)」であった。

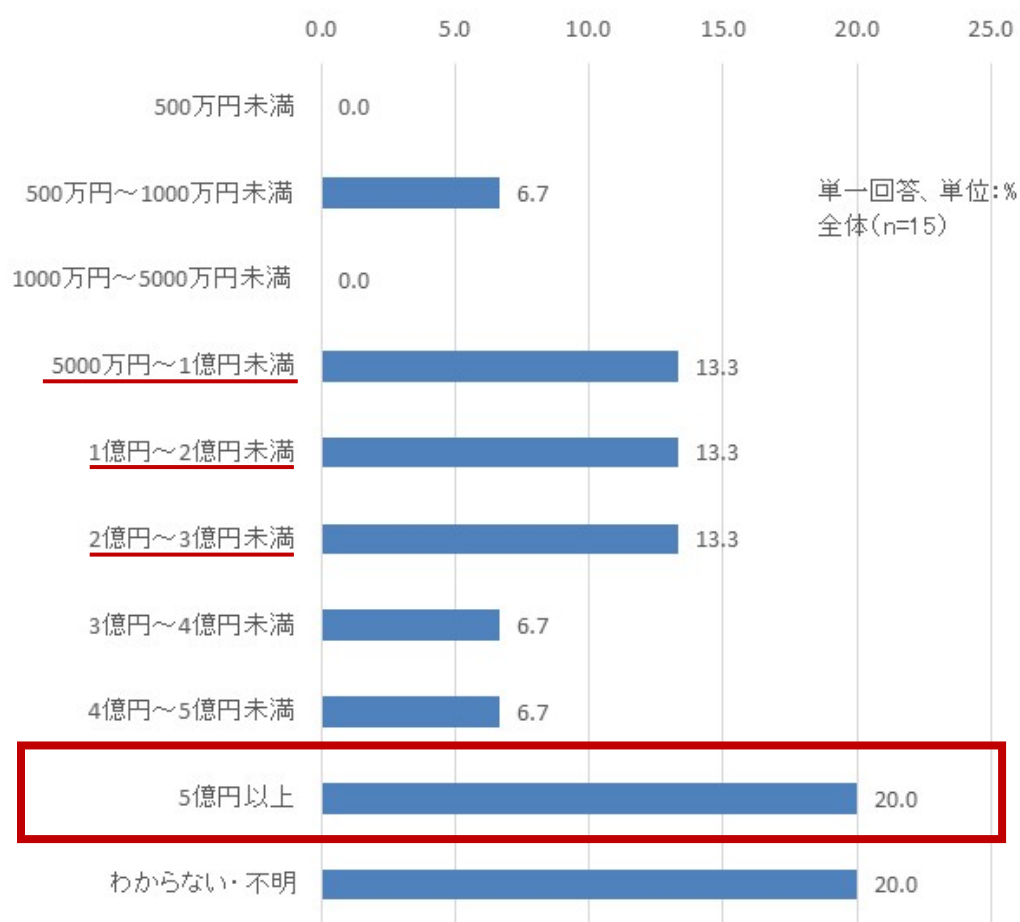
【図表 2-4】 不動産テックのサービスローンチからの経過期間



2.5. 不動産テックのサービスローンチにあたって費やした資金

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み状況の質問で「構築が終了し、トライアル中（実証実験中）」、「構築が終了し、ローンチ（ビジネス提供中）」と回答した回答者 15 人に対して、「調査・研究」から、「ローンチ」までに費やした資金を尋ねた。「わからない・不明」を除く回答のうち最も多いのは「5 億円以上（20.0%）」であった。続いて「5000 万円～1 億円未満（13.3%）」、「1 億円～2 億円未満（13.3%）」、及び「2 億円～3 億円未満（13.3%）」であった。

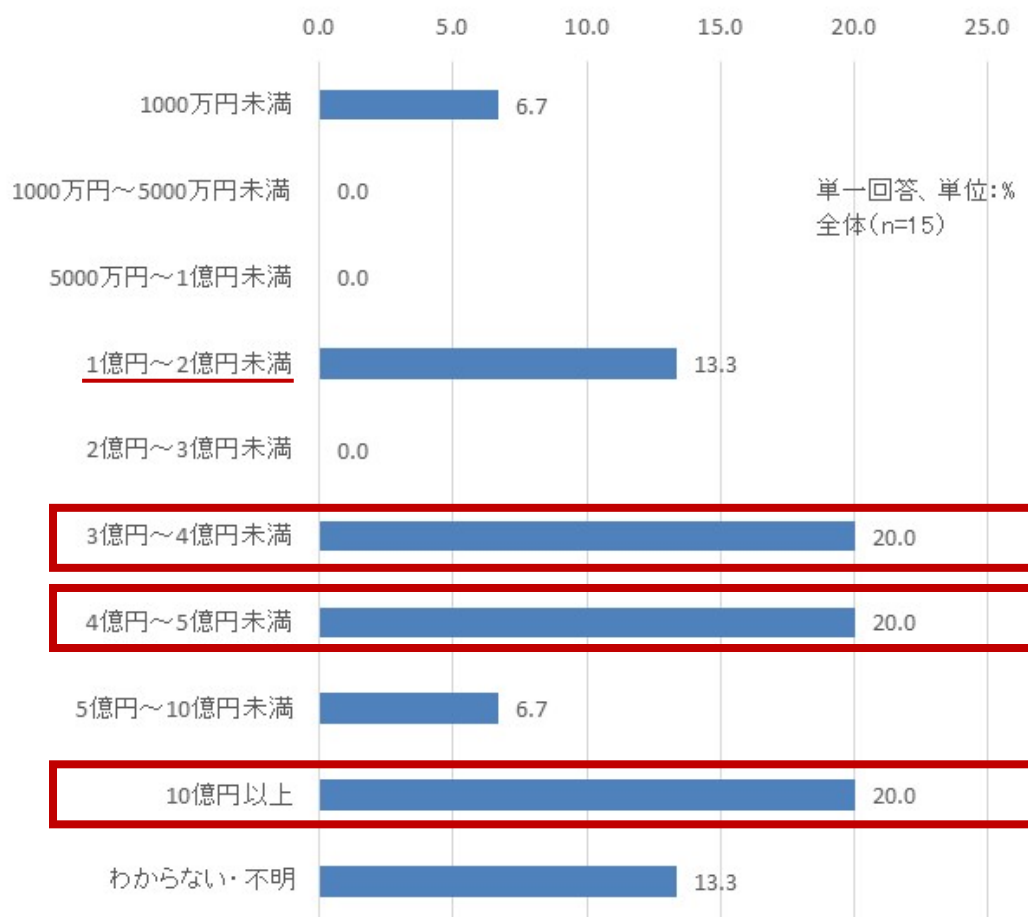
【図表 2-5】 不動産テックのサービスローンチにあたって費やした資金



2.6. 不動産テックのサービスにおいて最も大きかった年間売上

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み状況の質問で「構築が終了し、トライアル中（実証実験中）」、「構築が終了し、ローンチ（ビジネス提供中）」と回答した回答者 15 人に対して、過去の売上で最も大きかった年間売上を尋ねた。最も多いのは「3 億円～4 億円未満（20.0%）」、「4 億円～5 億円未満（20.0%）」、及び「10 億円以上（20.0%）」であった。続いて「1 億円～2 億円未満（13.3%）」であった。

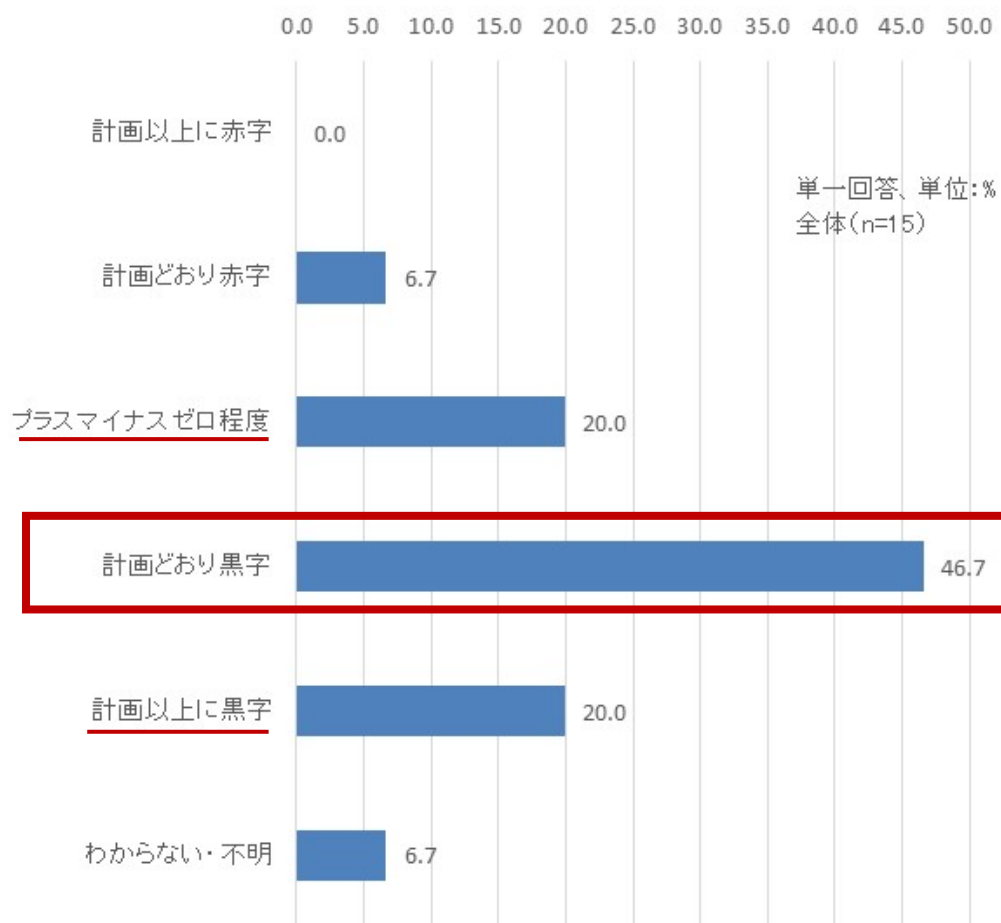
【図表 2-6】 不動産テックのサービスにおいて最も大きかった年間売上



2.7. 不動産テックのサービスの直近の業績

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み状況の質問で「構築が終了し、トライアル中（実証実験中）」、「構築が終了し、ローンチ（ビジネス提供中）」と回答した回答者 15 人に対して、直近の業績が”黒字”か”赤字”かを尋ねた。最も多いのは「計画どおり黒字（46.7%）」であった。続いて「プラスマイナスゼロ程度（20.0%）」、及び「計画以上に黒字（20.0%）」であった。

【図表 2-7】 不動産テックのサービスの直近の業績



3. 不動産テックの取り組み内容

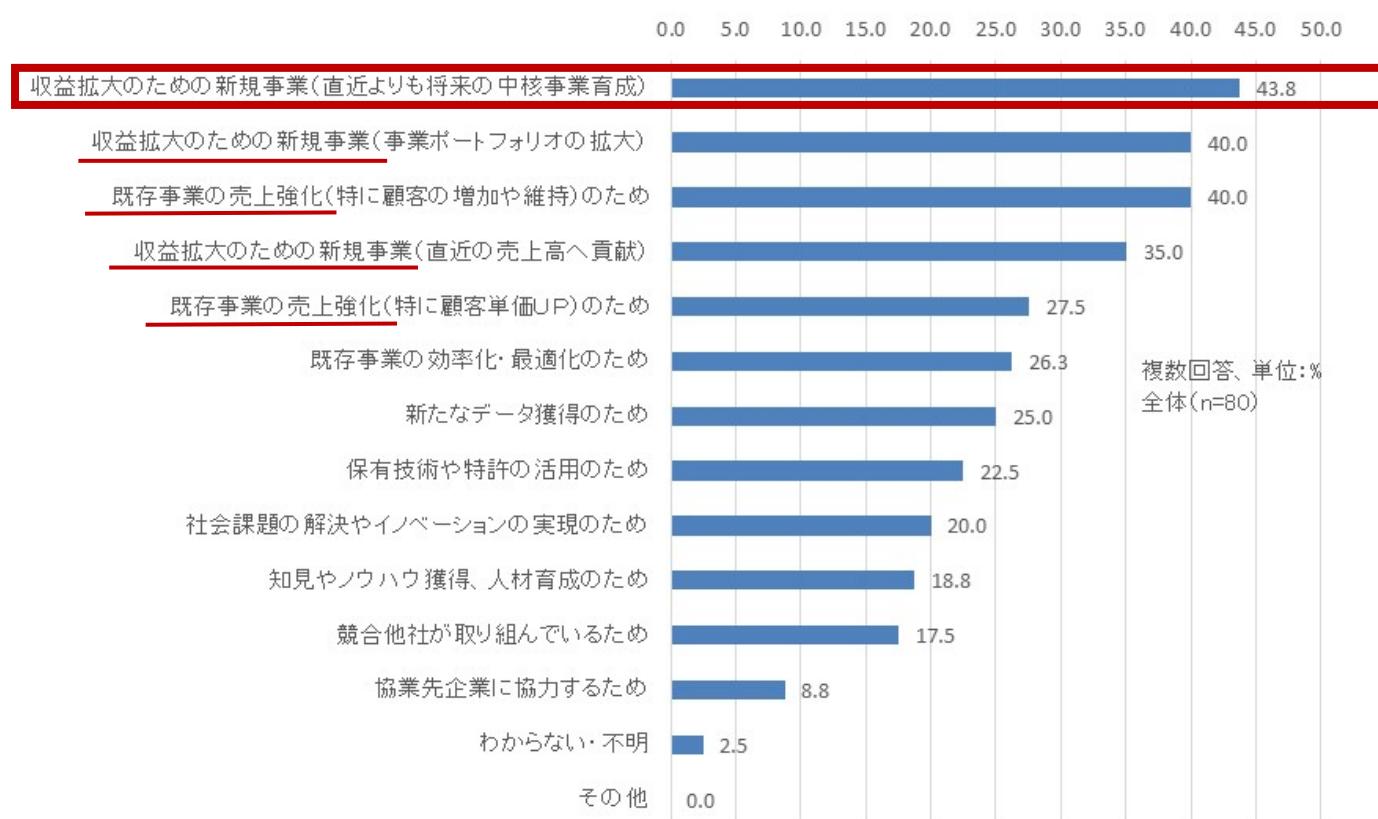
3.1. 不動産テックに取り組む目的

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」と回答した回答者 80 人に対して、不動産テックに取り組む目的を尋ねた。最も多いのは「収益拡大のための新規事業(直近よりも将来の中核事業育成) (43.8%)」。続いて「収益拡大のための新規事業(直近の売上高へ貢献) (40.0%)」、及び「既存事業の売上強化(特に顧客の増加や維持)のため (40.0%)」と続いた。

「収益拡大のための新規事業(直近よりも将来の中核事業育成 (43.8%)」、「収益拡大のための新規事業(事業ポートフォリオの拡大) (40.0%)」に加え、「収益拡大のための新規事業(直近の売上高へ貢献) (35.0%)」である点も踏まえると、不動産テックの取り組む目的としては、「収益拡大のための新規事業」の位置付けとしているケースが多いと言える。

また、「既存事業の売上強化(特に顧客の増加や維持) (40.0%)」に加え、「既存事業の効率化・最適化 (27.5%)」である点も踏まえると、取り組む目的として「既存事業の強化」と位置づけているケースも多い。

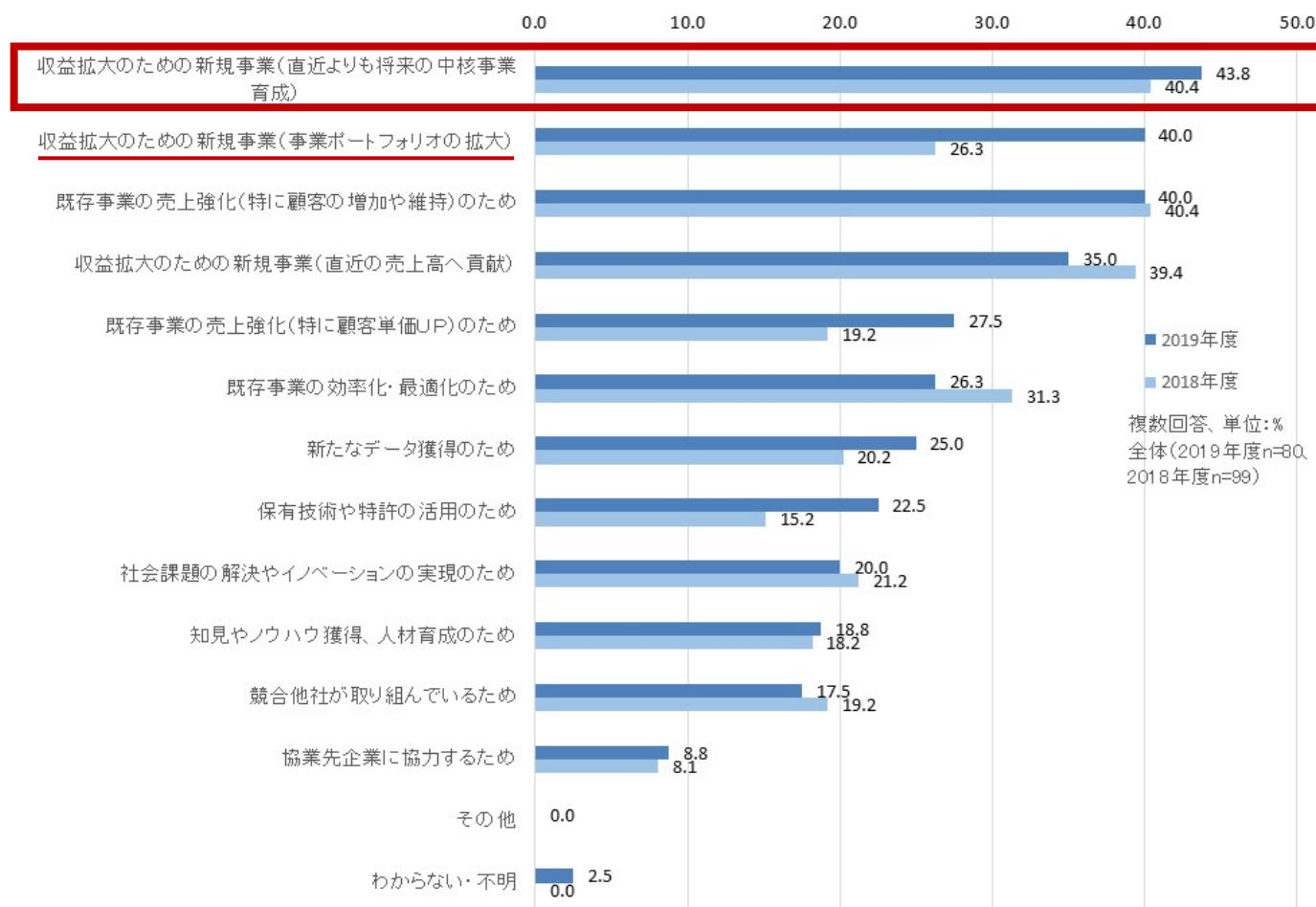
【図表 3-1a】 不動産テックに取り組む目的



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「収益拡大のための新規事業(直近よりも将来の中核事業育成) (43.8%)」は、2018年度の40.4%と比べて3.4%増加した。

また、最も差分が大きかったのは「収益拡大のための新規事業(事業ポートフォリオの拡大)」で2018年度の26.3%から2019年度の40.0%へ13.7%増加した。

【図表 3-1b】 (2018年度との比較)不動産テックに取り組む目的

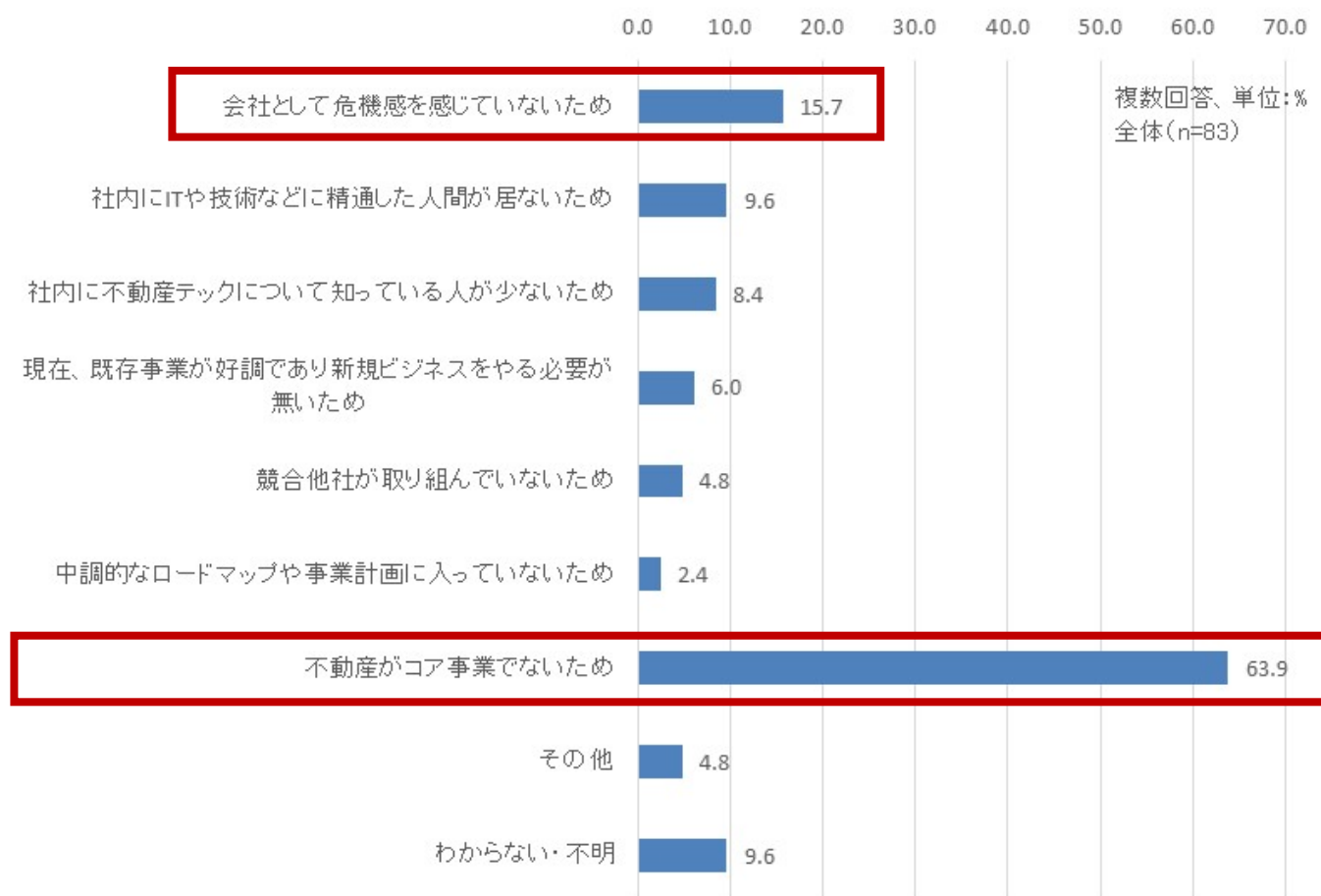


3.2. 不動産テックに取り組まない理由

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「取り組みをしたことは無い(44.6%)」と回答した回答者83人に対して、不動産テックに取り組まない理由を尋ねた。最も多いのは「不動産がコア事業でないため(63.9%)」であった。

ここで「不動産がコア事業とは関係ないため」を除く回答を見ると、不動産テックに取り組まない理由で最も多いのは「会社として危機感を感じていないため(15.7%)」であった。

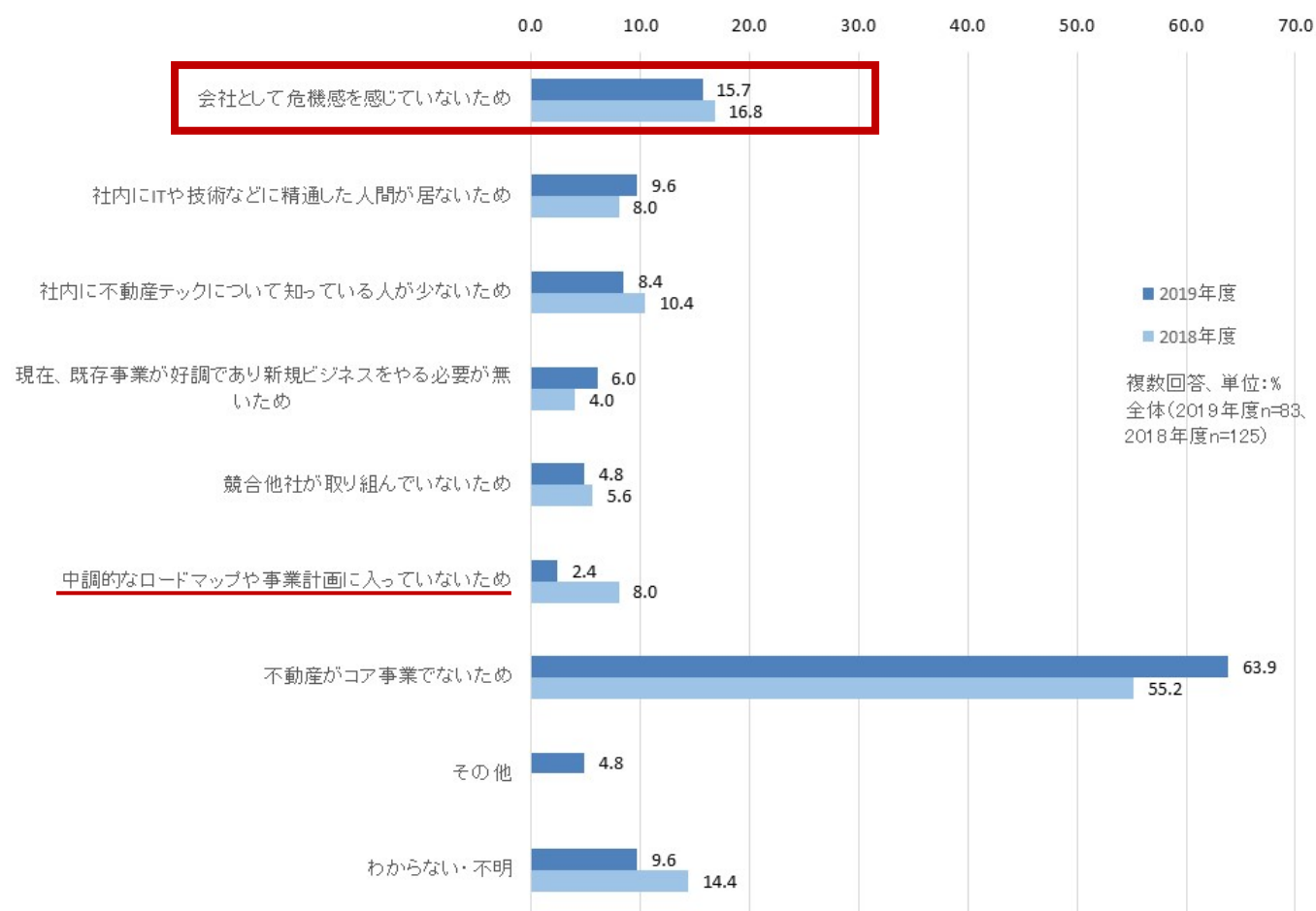
【図表 3-2a】 不動産テックに取り組まない理由



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019 年度と 2018 年度の結果を比較する。「不動産がコア事業とは関係ないため」を除く回答のうち、2019 年度に最も多かった「会社として危機感を感じていないため(15.7%)」は、2018 年度の 16.8%と比べて1.1%減少した。

また、最も差分が大きかったのは「中調的なロードマップや事業計画に入っていないため」で 2018 年度の 8.0%から 2019 年度の 2.4%へ 5.6%減少した。

【図表 3-2b】 (2018 年度との比較)不動産テックに取り組まない理由



3.3. 過去・現在・未来に取り組む不動産テックのサービス

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」と回答した回答者 80 人に対して、取り組む不動産テックの本質的な価値を尋ねた。最も多いのは「不動産データビジネス:不動産の成約価格、物件情報などのデータを収集・分析・共有することで資産価値評価や売買予測等を行うサービス群（23.8%）」であった。続いて「3D モデリング・3D マッピング:実際の空間をスキャンしたり、設計図などから PC 上に 3D で再現するサービス群（21.3%）」であった。

【図表 3-3】過去・現在・未来に取り組む不動産テックのサービス



3.4. 取り組む不動産テックにおける本質的な価値

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」と回答した回答者 80 人に対して、取り組む不動産テックの本質的な価値を尋ねた。最も多いのは「従来と比べ明らかに、“効率が良い”、“手間が減る”（51.3%）」であった。続いて「従来と比べ明らかに、時間的に“速い・短い”（45.0%）」であった。

従って、不動産テックの利用者にとっての本質的な価値は、従来のプロセスや枠組みにおける効率化や時短である場合が多いと言える。

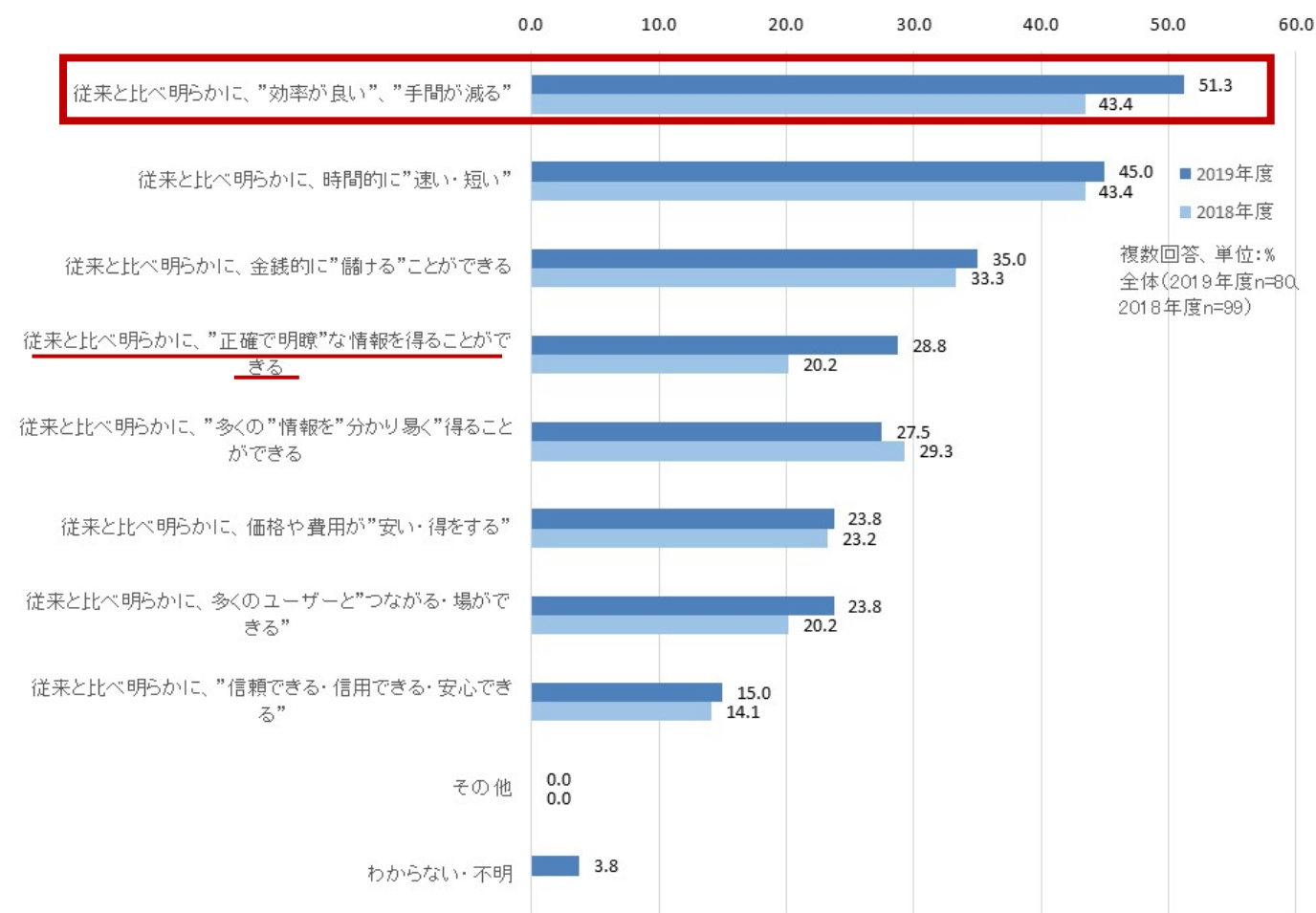
【図表 3-4a】 取り組む不動産テックにおける本質的な価値



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「従来と比べ明らかに、“効率が良い”、“手間が減る”（51.3%）」は、2018年度の43.4%と比べて7.9%増加した。

また、最も差分が大きかったのは「従来と比べ明らかに、“正確で明瞭”な情報を得ることができる」で2018年度の20.2%から2019年度の28.8%へ8.6%増加した。

【図表 3-4b】（2018年度との比較）取り組む不動産テックにおける本質的な価値

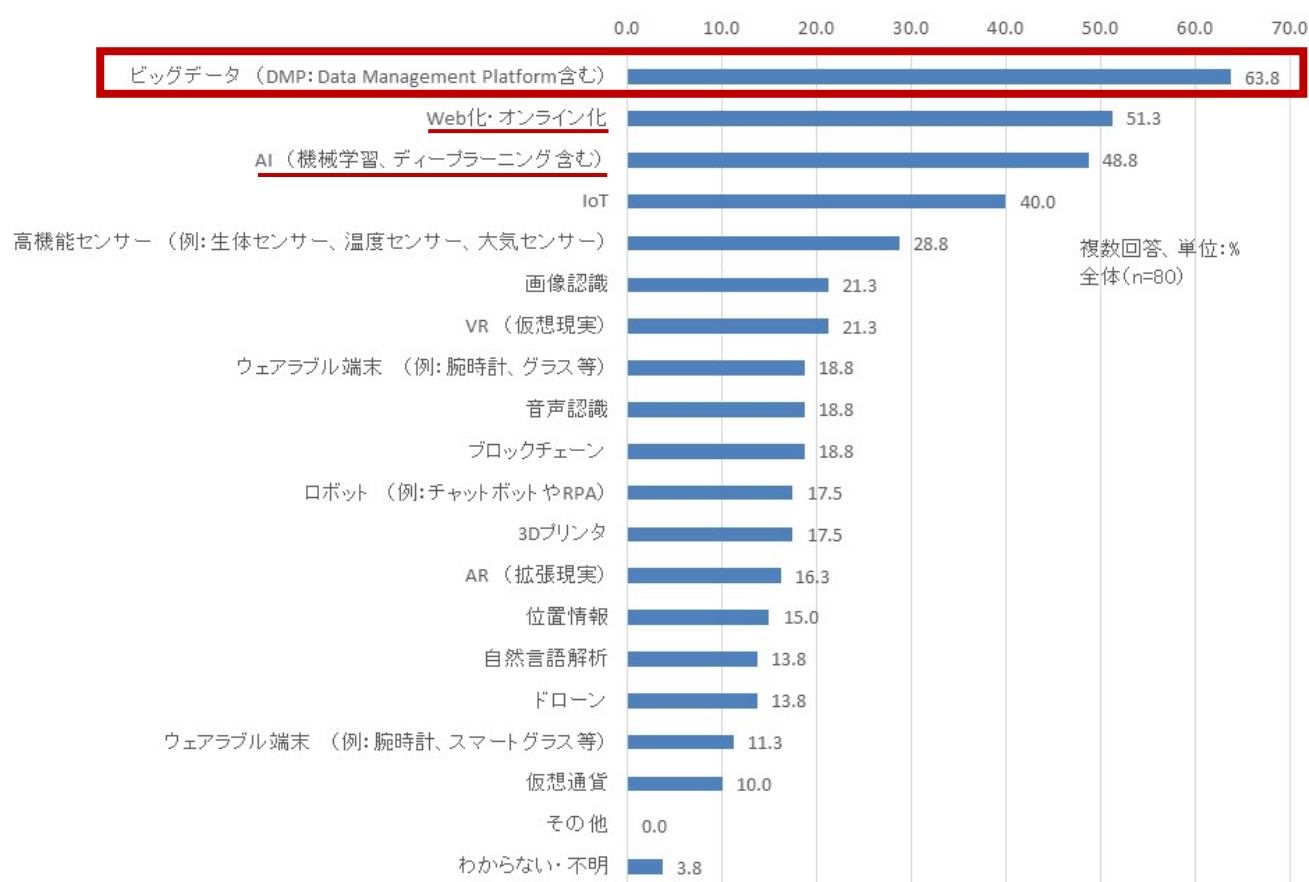


3.5. 取り組む不動産テックにおける導入テクノロジー

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」と回答した回答者 80 人に対して、取り組む不動産テックの導入テクノロジーを尋ねた。最も多いのはビッグデータ（DMP: Data Management Platform 含む）（63.8%）であった。続いて「Web 化・オンライン化（51.3%）」、「AI（機械学習、ディープラーニング含む）（48.8%）」であった。

従って、テクノロジー導入において、Web 化・オンライン化するのは当たり前の時代であることを踏まえると、ビッグデータを収集し、それらのデータに対して AI で処理をする形が多いことが伺える。

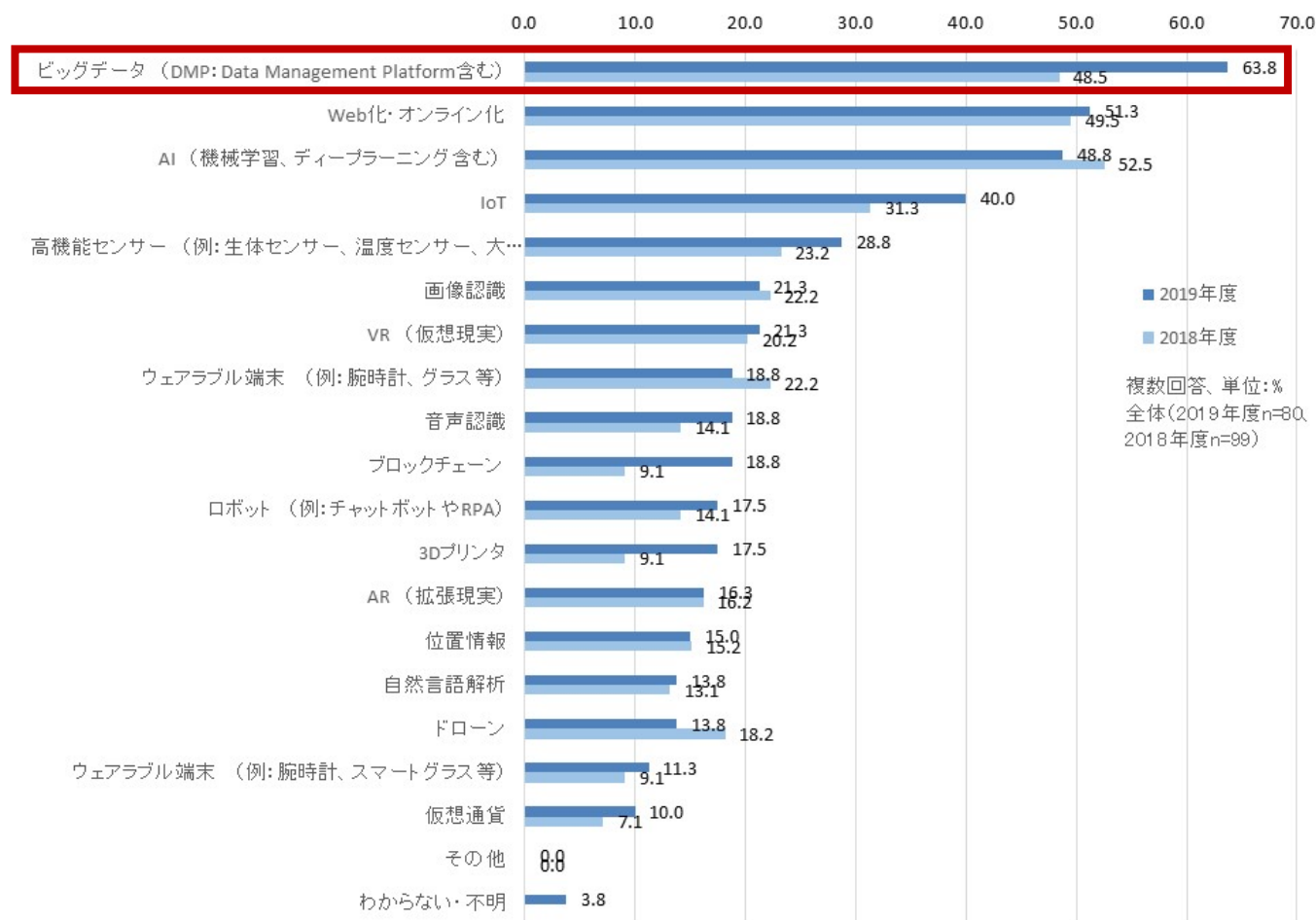
【図表 3-5a】 取り組む不動産テックにおける導入テクノロジー



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「ビッグデータ（DMP:Data Management Platform含む）(63.8%)」は、2018年度の48.5%と比べて15.3%増加した。

また、最も差分が大きかったのも「ビッグデータ（DMP:Data Management Platform含む）」であった。

【図表 3-5b】（2018年度との比較）取り組む不動産テックにおける導入テクノロジー

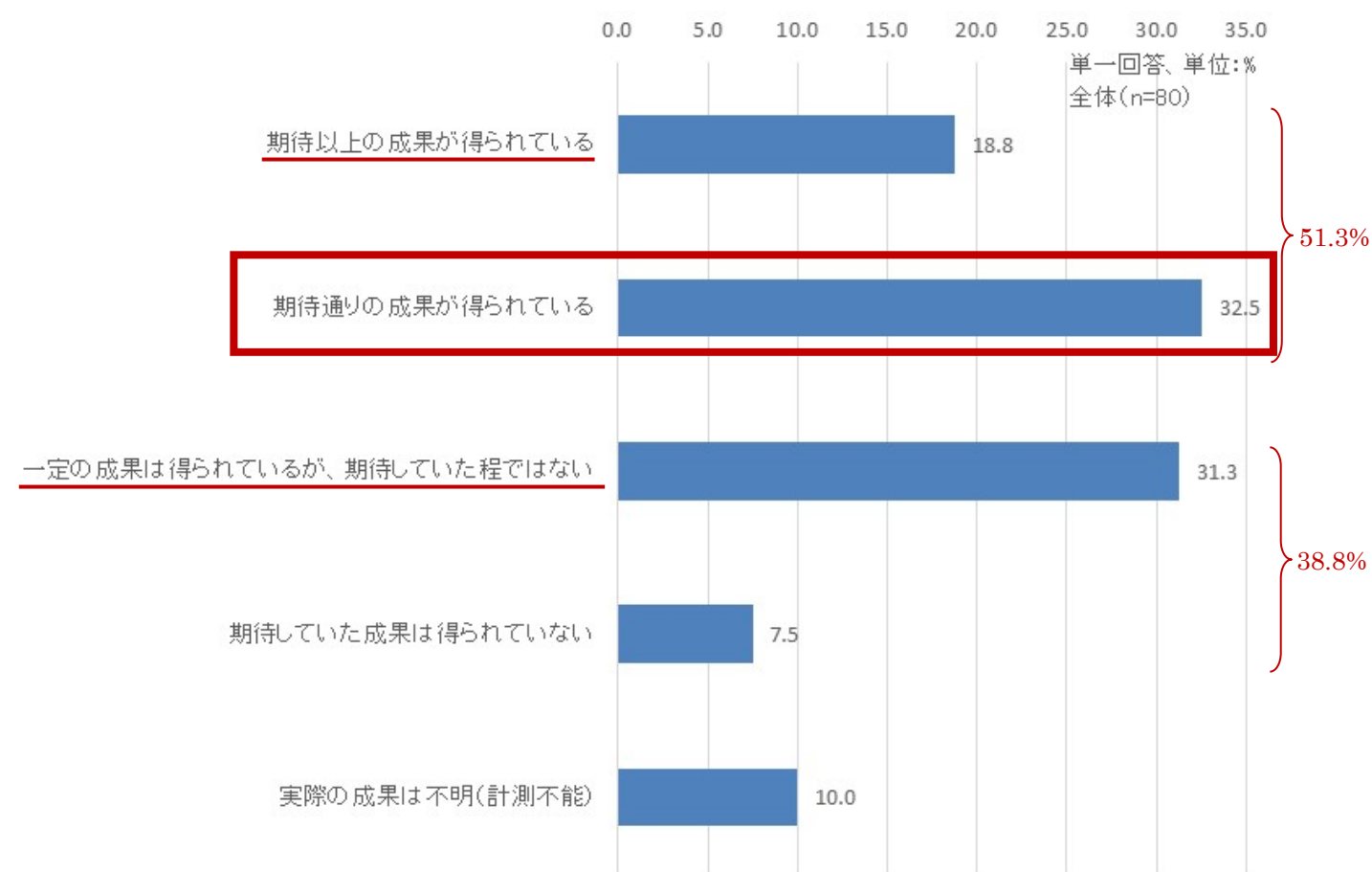


3.6. 取り組む不動産テックの成果

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」と回答した回答者 80 人に対して、取り組みの成果を尋ねた。最も多いのは「期待通りの成果が得られている（32.5%）」であった。続いて「一定の成果は得られているが、期待していた程ではない（31.3%）」であった。

「期待以上の成果が得られている（18.8%）」「期待通りの成果が得られている（32.5%）」の合計が 51.3%と約半数が期待通り以上の成果が得られていると回答している。一方で、「一定の成果は得られているが、期待していた程ではない（31.3%）」「期待していた成果は得られていない（7.5%）」の合計として 4 割近くが期待を下回っていると回答している。

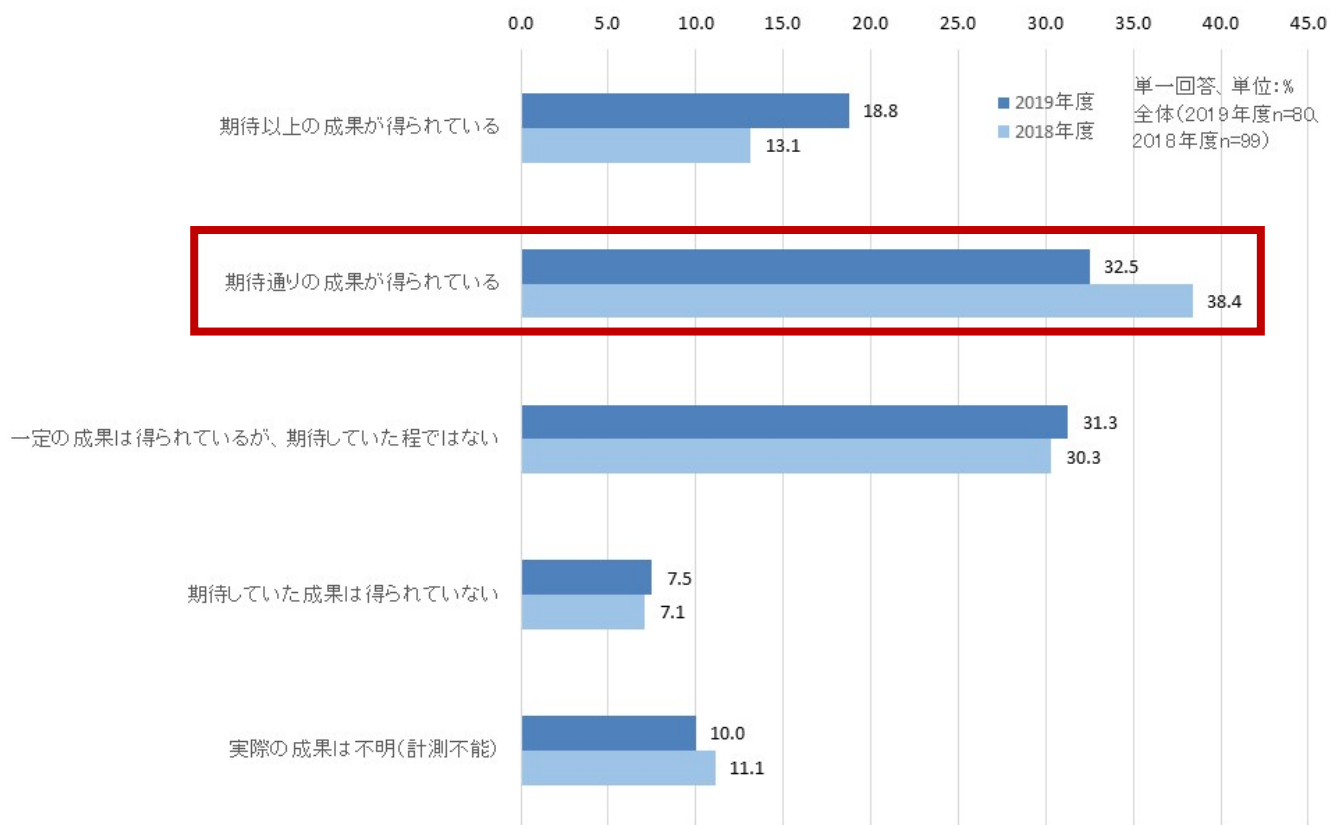
【図表 3-6a】 取り組む不動産テックの成果



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「期待通りの成果が得られている(32.5%)」は、2018年度の38.4%と比べて5.9%減少した。

また、最も差分が大きかったのも「期待通りの成果が得られている」であった。

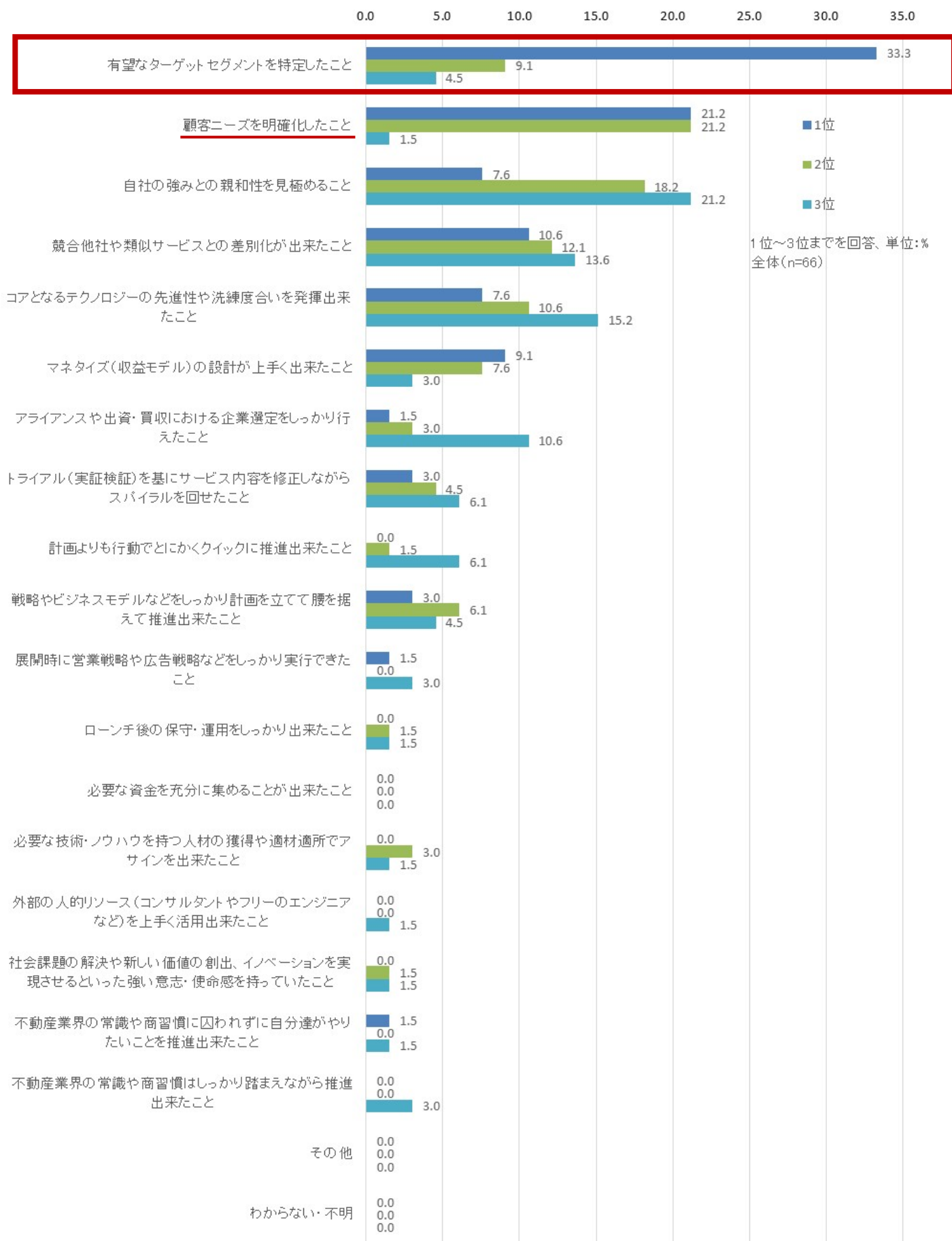
【図表 3-6b】 (2018年度との比較) 取り組む不動産テックの成果



3.7. 不動産テックの成功要因

前述の取り組む不動産テックの成果に関する質問で「期待通りの成果が得られている」、「一定の成果は得られているが、期待していた程ではない」、「期待以上の成果が得られている」と回答した回答者 66 人に対して、不動産テックのサービスの成功要因 1 位～3 位を尋ねた。1 位が最も多いのは「有望なターゲットセグメントを特定したこと（1 位 33.3%、2 位 9.1%、3 位 4.5%）」であった。続いて、「顧客ニーズを明確化したこと（1 位 21.2%、2 位 21.2%、3 位 1.5%）」であった。

【図表 3-7】 不動産テックの成功要因



3.8. 取り組む不動産テックにおける社外の人的リソースの活用状況

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「過去に取り組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう取り組みをすることが決まっている」と回答した回答者 80 人に対して、社外の人的リソースの活用状況を尋ねた。最も多いのは「IT ベンダーのようなITの専門家の活用 ※システムや Web サービスの開発を行う前の段階（55.0%）」であった。続いて「コンサルタントのようなビジネスの専門家の活用（41.3%）」、「データアナリスト・データサイエンティストのようなデータの専門家の活用（33.8%）」と続いた。

一方で、「活用しなかった（社内人材で対応した）」は 6.3%となっており、殆どの企業において社外の人的リソースを活用していることが伺える。

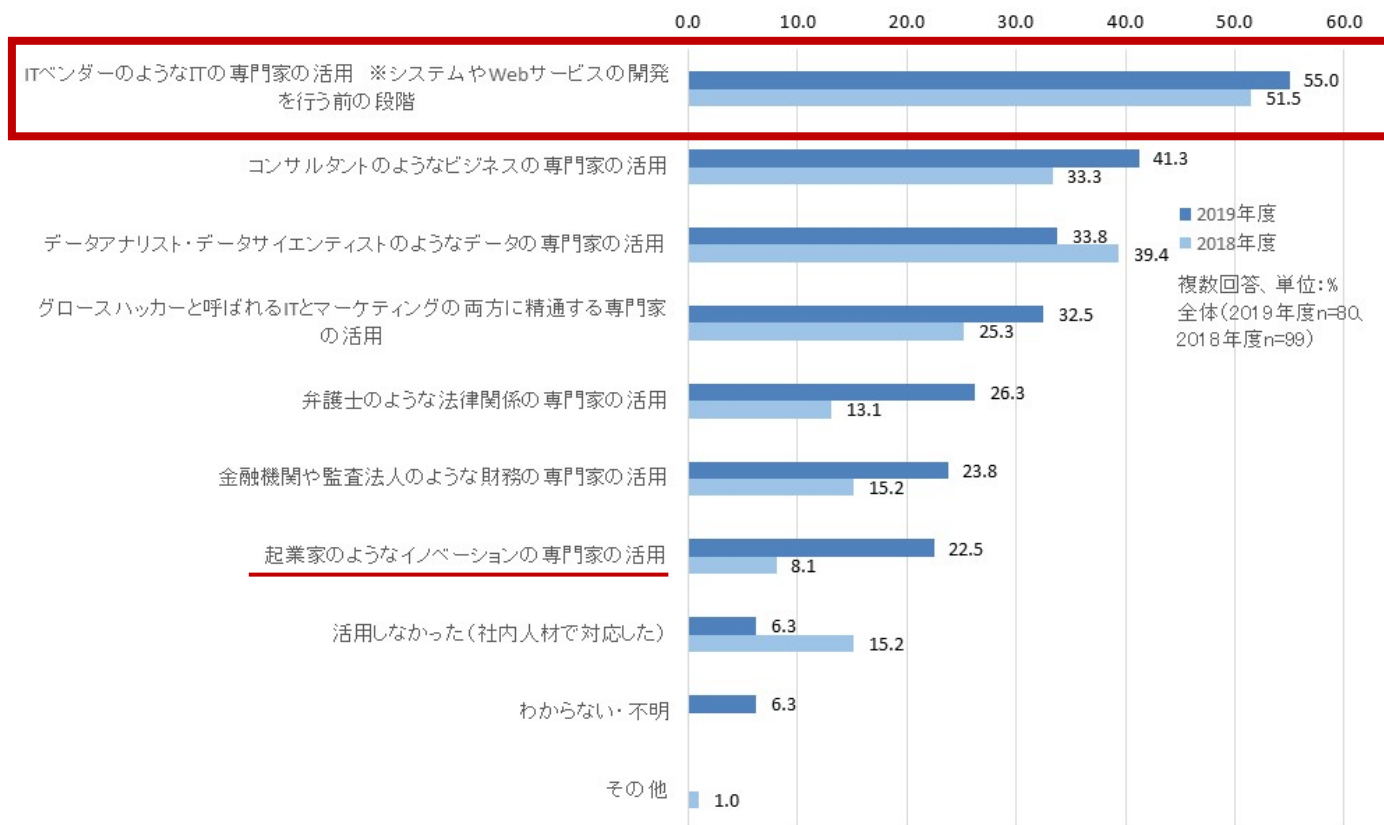
【図表 3-8a】 取り組む不動産テックにおける社外の人的リソースの活用状況



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「ITベンダーのようなITの専門家の活用 ※システムやWebサービスの開発を行う前の段階(55.0%)」は、2018年度の51.5%と比べて3.5%増加した。

また、最も差分が大きかったのは「起業家のようなイノベーションの専門家の活用」で2018年度の8.1%から2019年度の22.5%へ14.4%増加した。

【図表 3-8b】 (2018年度との比較) 取り組む不動産テックにおける社外の人的リソースの活用状況

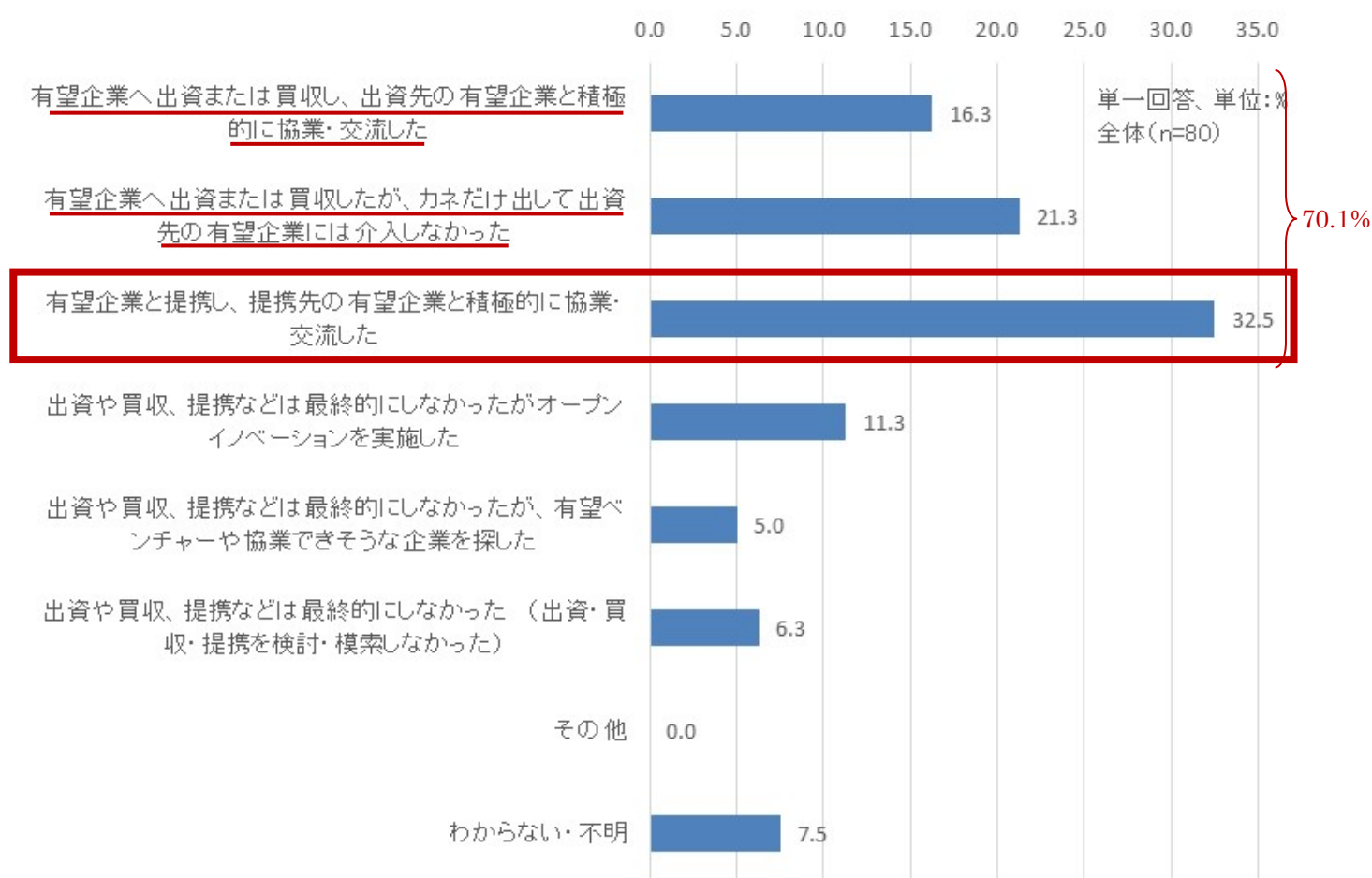


3.9. 取り組む不動産テックにおける提携・出資・買収

前述の所属している会社における不動産テックに関する取り組み有無の質問で「過去に組みをしていた」、「現在、取り組んでいる」、「まだ取り組んでいないが、今後そういう組みをすることが決まっている」と回答した回答者 80 人に対して、不動産テック実現に向けた提携・出資・買収の実態を尋ねた。最も多いのは「有望企業と提携し、提携先の有望企業と積極的に協業・交流した（32.5%）」であった。

「有望企業へ出資または買収し、出資先の有望企業と積極的に協業・交流した（32.5%）」「有望企業へ出資または買収したが、カネだけ出して出資先の有望企業には介入しなかった（21.3%）」「有望企業と提携し、提携先の有望企業と積極的に協業・交流した（16.3%）」の合計約 7 割が有望企業との提携・出資・買収のアクションを起こした。

【図表 3-9】 取り組む不動産テックにおける提携・出資・買収の状況

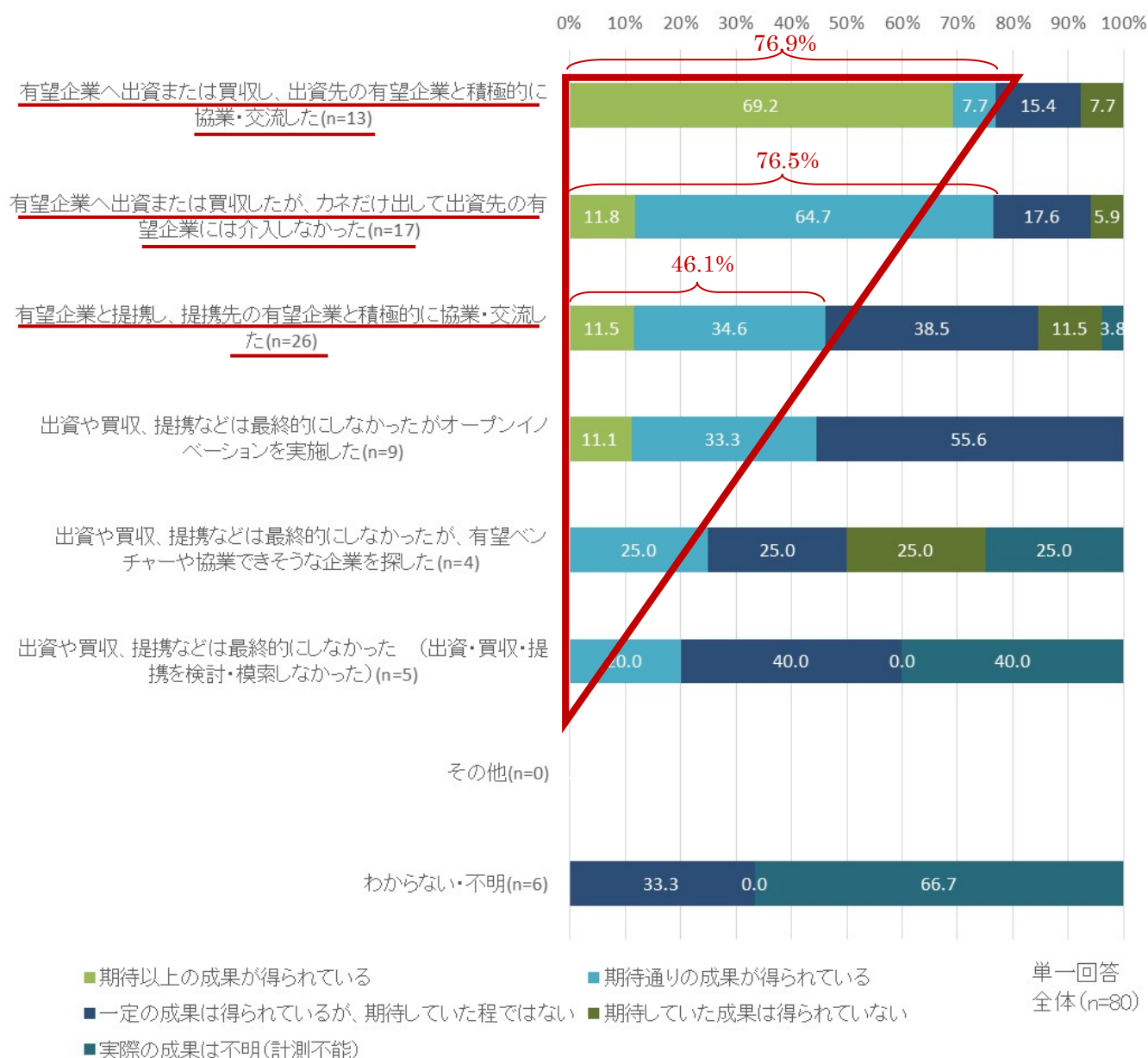


3.10. 取り組む不動産テックにおける提携・出資・買収と成果の関係

前述の不動産テック実現に向けた提携・出資・買収とその成果の関係について相関を見るため、クロス集計分析を行った。分析結果として、「期待以上の成果が得られている」及び「期待通りの成果が得られている」のいわゆる“成果が得られている”とする割合は、「有望企業へ出資または買収し、出資先の有望企業と積極的に協業・交流した」は76.9%、「有望企業へ出資または買収したが、カネだけ出して出資先の有望企業には介入しなかった」は76.5%、「有望企業と提携し、提携先の有望企業と積極的に協業・交流した」は46.1%であった。特に、「有望企業へ出資または買収し、出資先の有望企業と積極的に協業・交流した」は、「期待以上の成果が得られている」とした企業が69.2%と、他が12%以下であることと比べて突出している。

このように、不動産テックで成果をあげるためには、オープンイノベーションの実施や提携などよりも、有望企業への出資や買収など一歩踏み込んだ取り組みが重要であると言える。更には出資や買収だけではなく、その出資先企業との積極的な協業関係がより期待以上の成果を上げるためには重要であることが明らかとなった。

【図表 3-10】 取り組む不動産テックにおける提携・出資・買収と成果の関係

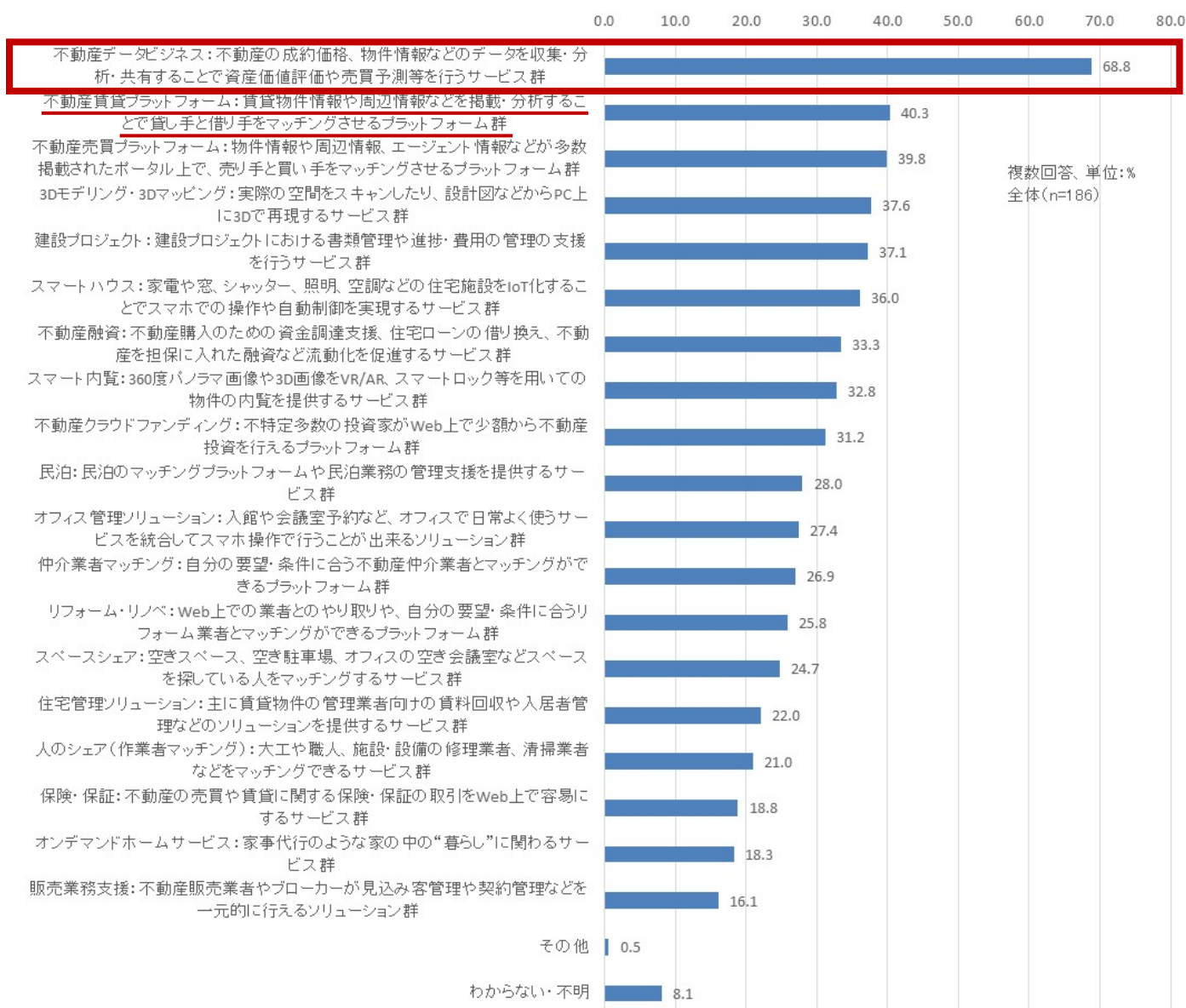


4. 不動産テックのサービス別の認知度・今後の有望度

4.1. 不動産テックのサービス別の認知度

前述の X-Tech の種類別の認知度の質問で「不動産：不動産テック(ReTech、または PropTech)」と回答した回答者 186 人に対して、知っている不動産テックのサービスを尋ねた。最も多いのは「不動産価格データ収集・分析:不動産の成約価格、物件情報などのデータを収集・分析・共有することで資産価値評価や売買予測等を行うサービス群(68.8%)」であった。続いて「不動産賃貸プラットフォーム:賃貸物件情報や周辺情報などを掲載・分析することで貸し手と借り手をマッチングさせるプラットフォーム群(40.3%)」であった。

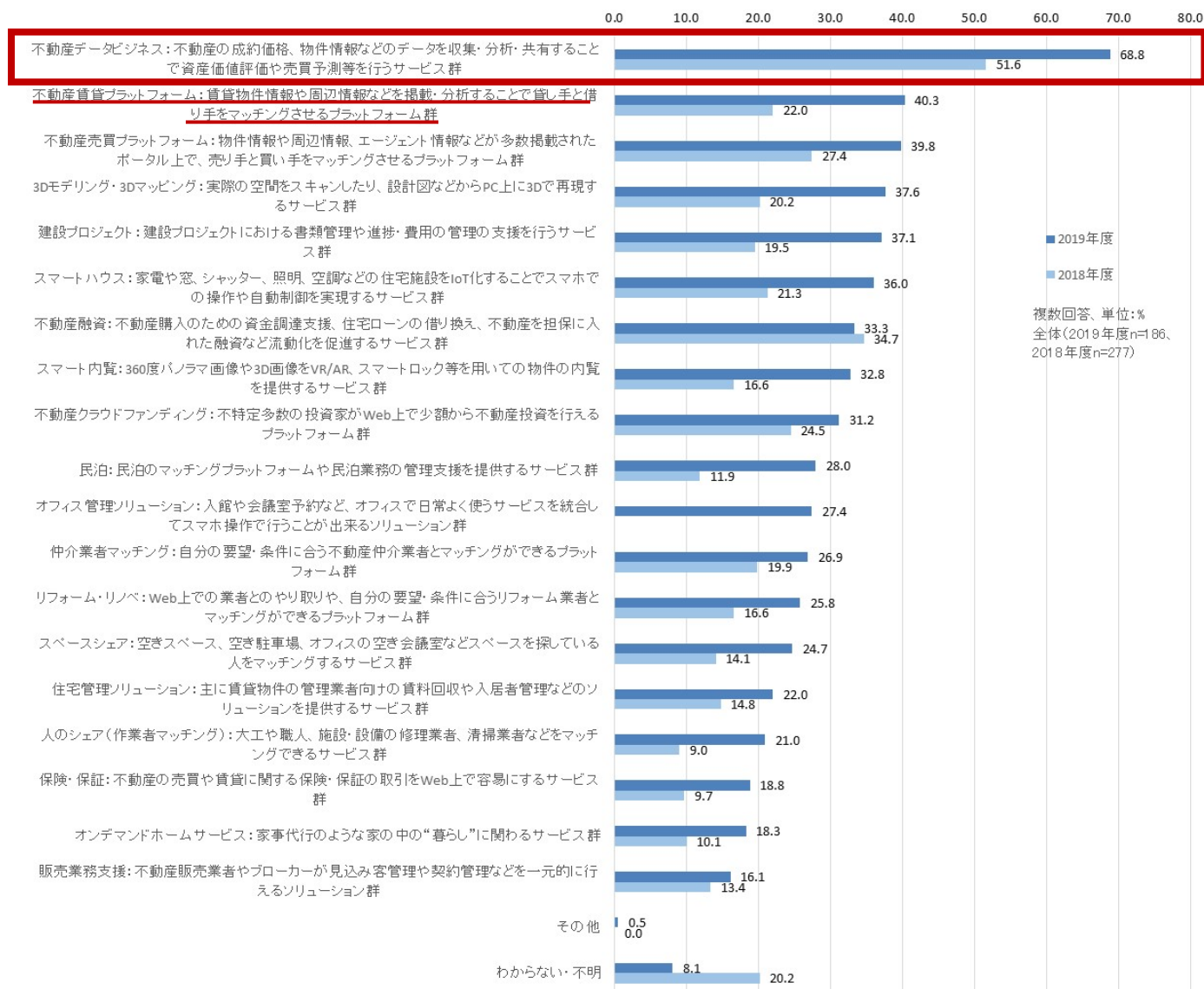
【図表 4-1a】 知っている不動産テックのサービス



続いて過去からのトレンドを把握するため、2019年度と2018年度の結果を比較する。2019年度に最も多かった「不動産データビジネス:不動産の成約価格、物件情報などのデータを収集・分析・共有することで資産価値評価や売買予測等を行うサービス群(68.8%)」は、2018年度の51.6%と比べて17.2%増加した。

また、最も差分が大きかったのは「不動産賃貸プラットフォーム:賃貸物件情報や周辺情報などを掲載・分析することで貸し手と借り手をマッチングさせるプラットフォーム群」で2018年度の22.0%から2019年度の40.3%へ18.3%増加した。

【図表 4-1b】 (2018年度との比較)知っている不動産テックのサービス



4.2. 今後有望な不動産テックのサービス

前述の X-Tech の種類別の認知度の質問で「不動産 : 不動産テック (ReTech、または PropTech)」と回答した回答者に対して、今後有望だと考える不動産テックのサービスについて 1 位～3 位を尋ねた。1 位が最も多いのは「不動産価格データ収集・分析: 不動産の成約価格、物件情報などのデータを収集・分析・共有することで資産価値評価や売買予測等を行うサービス群 (1 位 39.8%、2 位 4.3%、3 位 5.4%)」であった。

続いて、「3D モデリング・3D マッピング: 実際の空間をスキャンしたり、設計図などから PC 上に 3D で再現するサービス群 (1 位 11.8%、2 位 18.3%、3 位 3.8%)」や「建設プロジェクト: 建設プロジェクトにおける書類管理や進捗・費用の管理の支援を行うサービス群 (1 位 8.1%、2 位 10.8%、3 位 17.7%)」が顕著であった。

他には、「不動産売買プラットフォーム: 物件情報や周辺情報、エージェント情報などが多数掲載されたポータル上で、売り手と買い手をマッチングさせるプラットフォーム群 (1 位 8.1%、2 位 13.4%、3 位 11.3%)」や「不動産クラウドファンディング: 不特定多数の投資家が Web 上で少額から不動産投資を行えるプラットフォーム群 (1 位 5.4%、2 位 3.8%、3 位 7.0%)」や「不動産賃貸プラットフォーム: 賃貸物件情報や周辺情報などを掲載・分析することで貸し手と借り手をマッチングさせるプラットフォーム群 (1 位 4.8%、2 位 10.2%、3 位 9.7%)」も相対的に高く、不動産売買や不動産賃貸のプラットフォームビジネスも有望だと考えられている。

【図表 4-2】 今後有望だと考える不動産テックのサービス

