

3. 不動産テックの取り組み内容

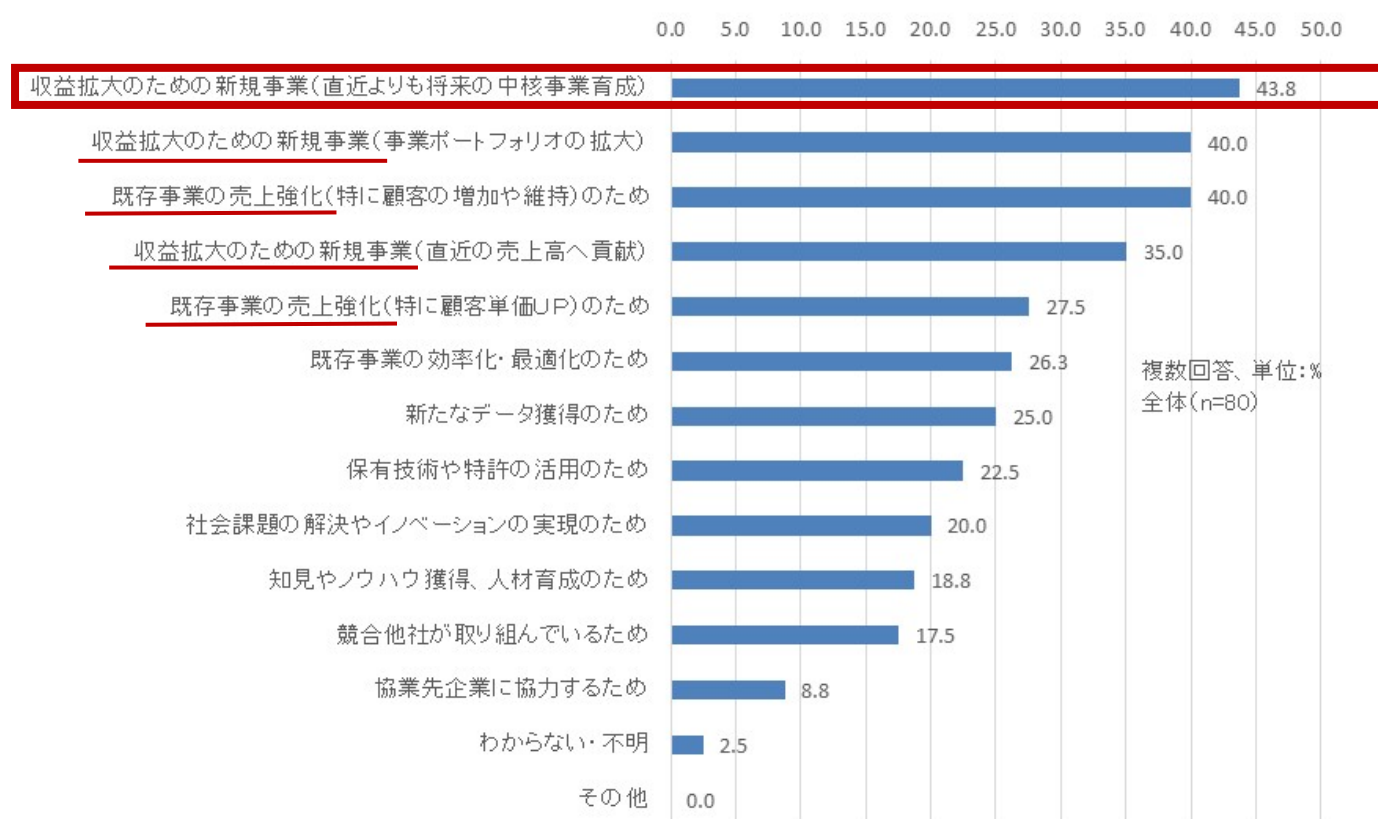
3.1. 不動産テックに取り組む目的

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み目的としては、“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。

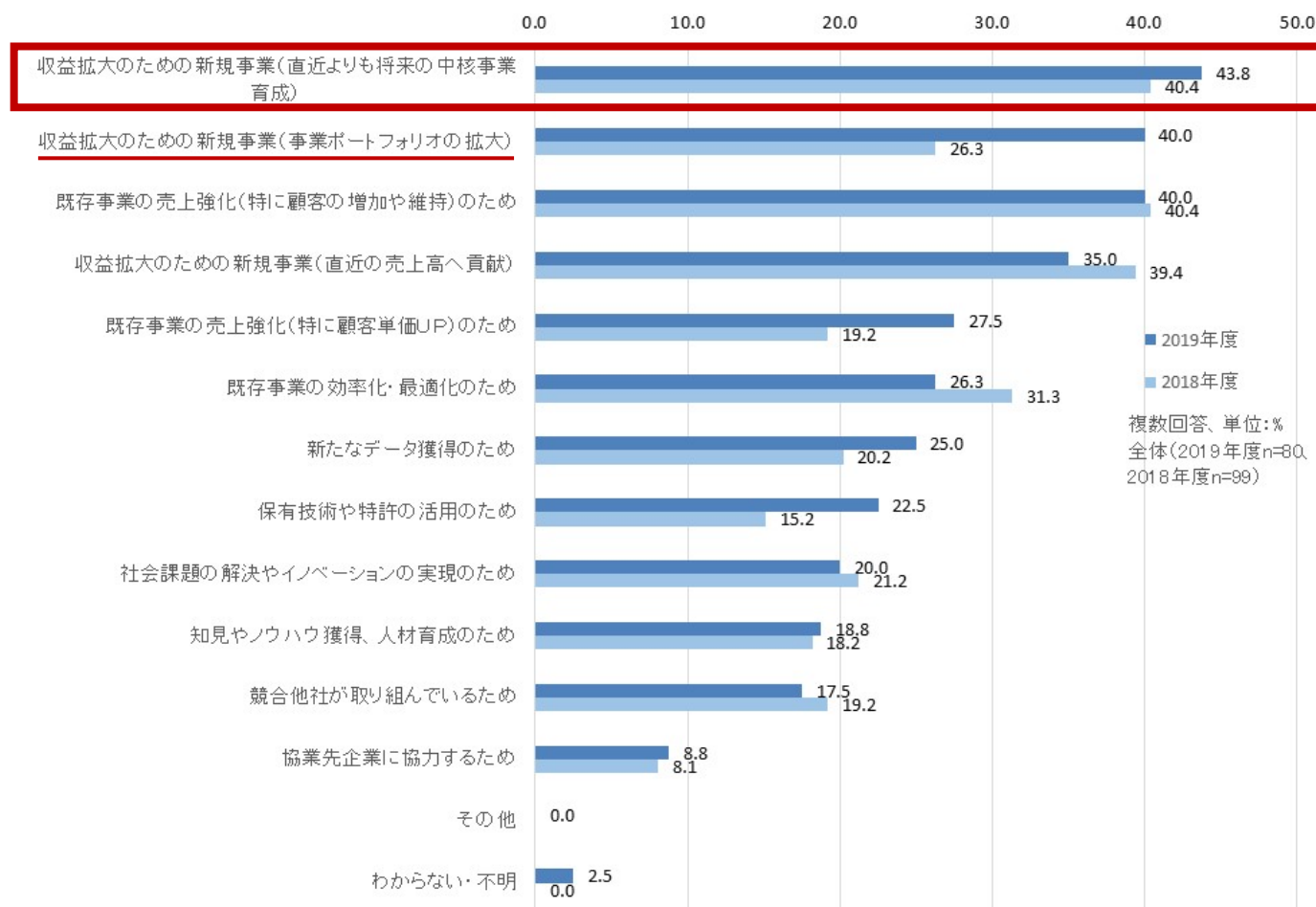
【図表 3-1a】 不動産テックに取り組む目的



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

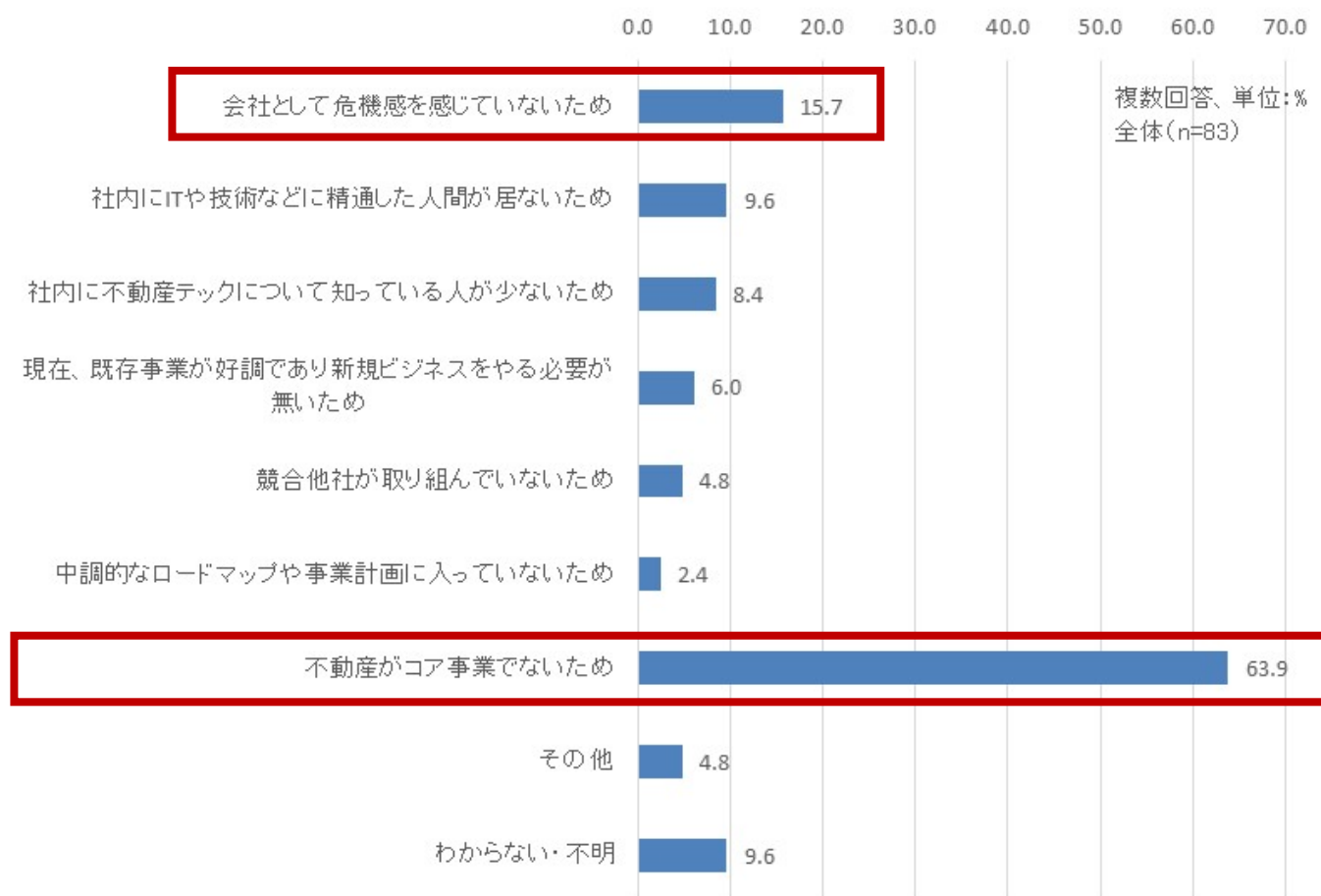


3.2. 不動産テックに取り組まない理由

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。

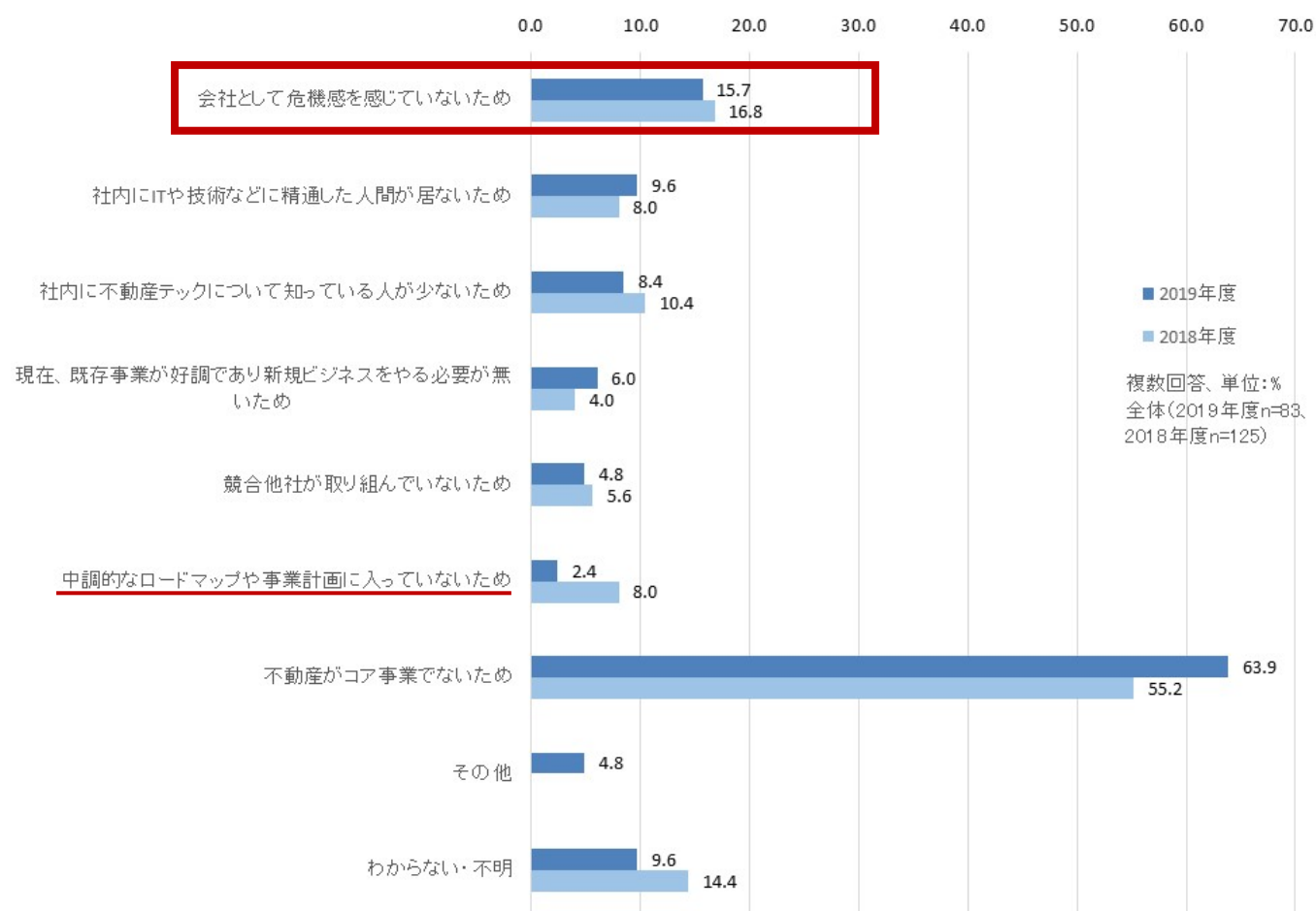
【図表 3-2a】 不動産テックに取り組まない理由



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。

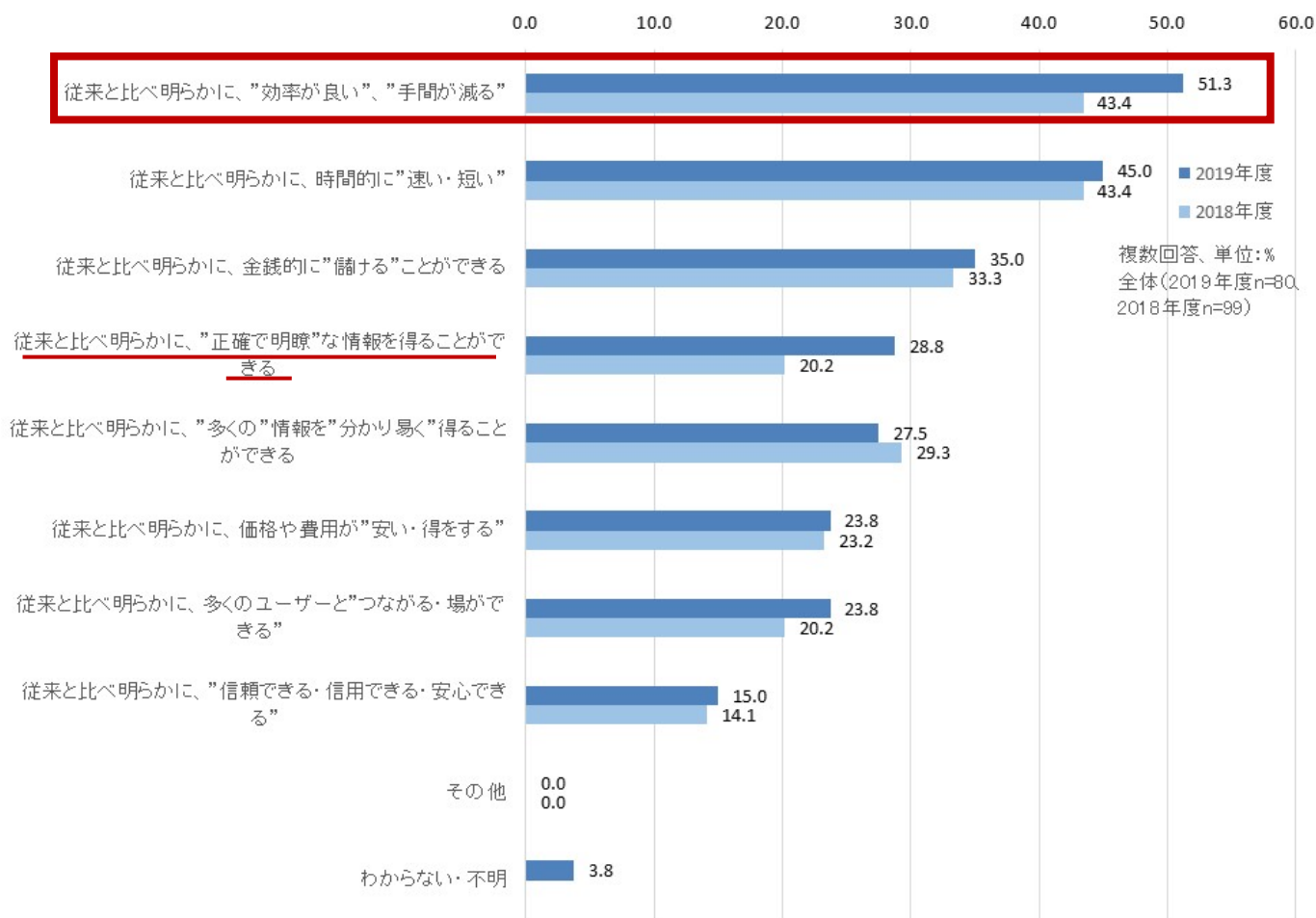
【図表 3-4a】 取り組む不動産テックにおける本質的な価値



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

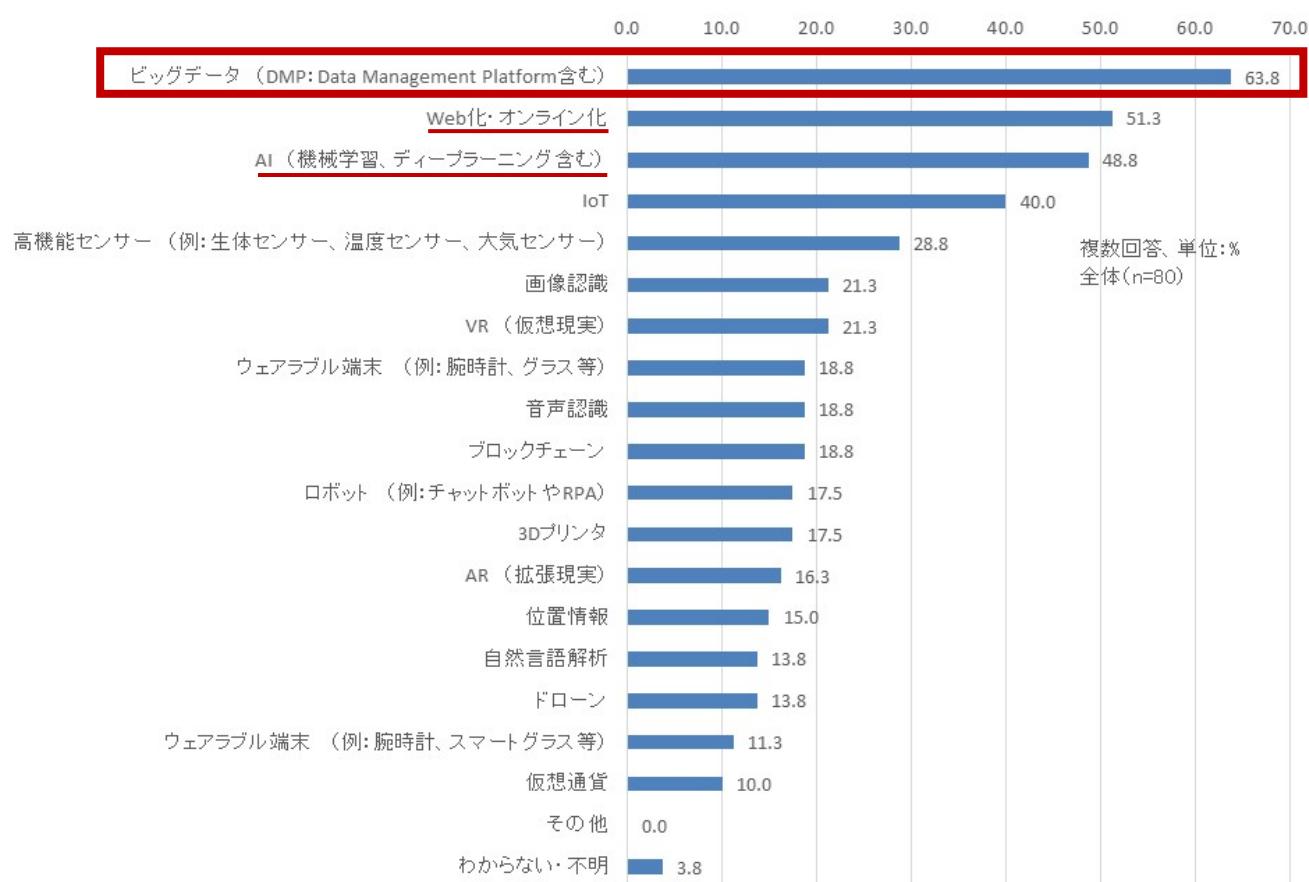


3.5. 取り組む不動産テックにおける導入テクノロジー

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。

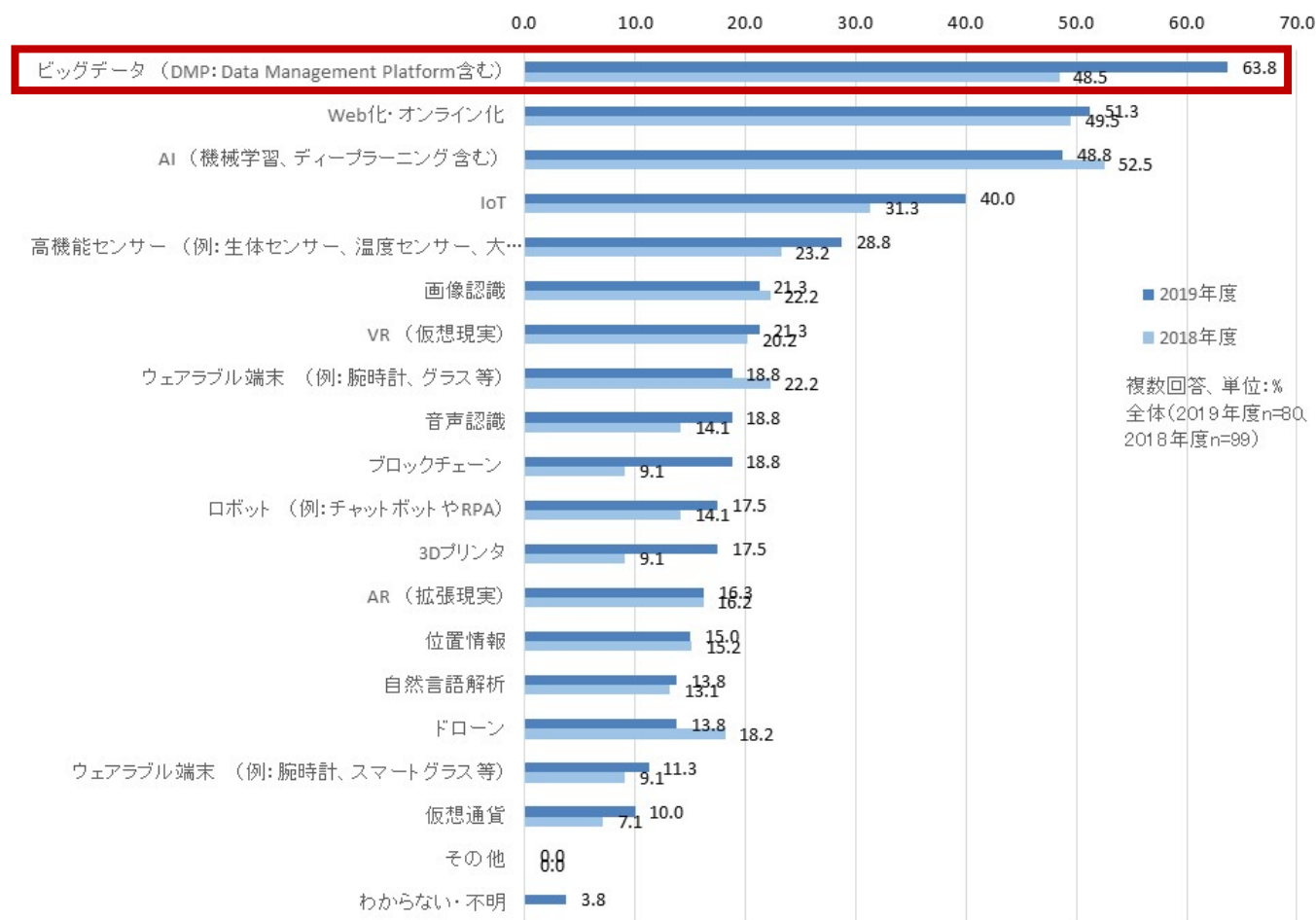
【図表 3-5a】 取り組む不動産テックにおける導入テクノロジー



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

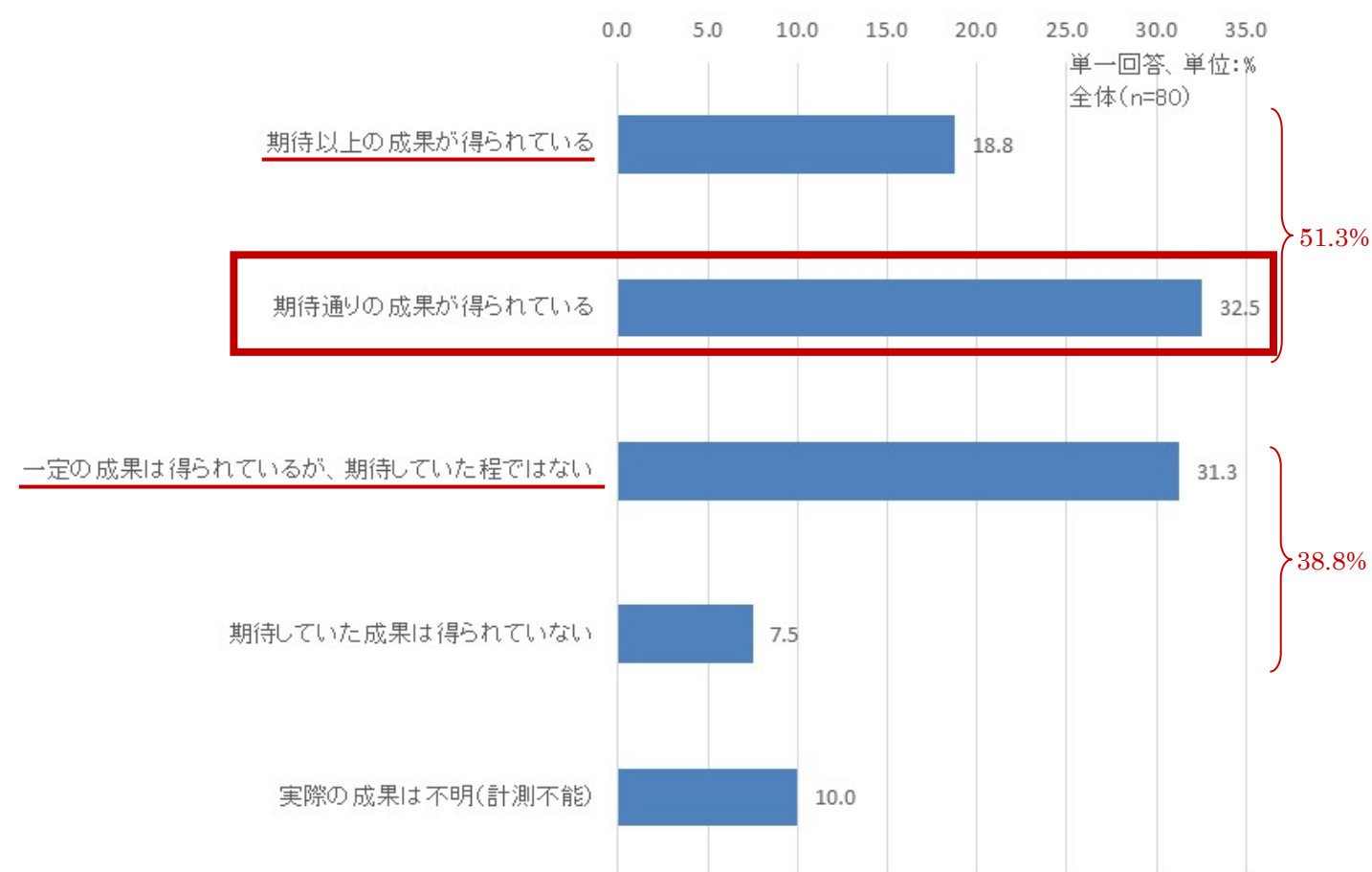


3.6. 取り組む不動産テックの成果

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。

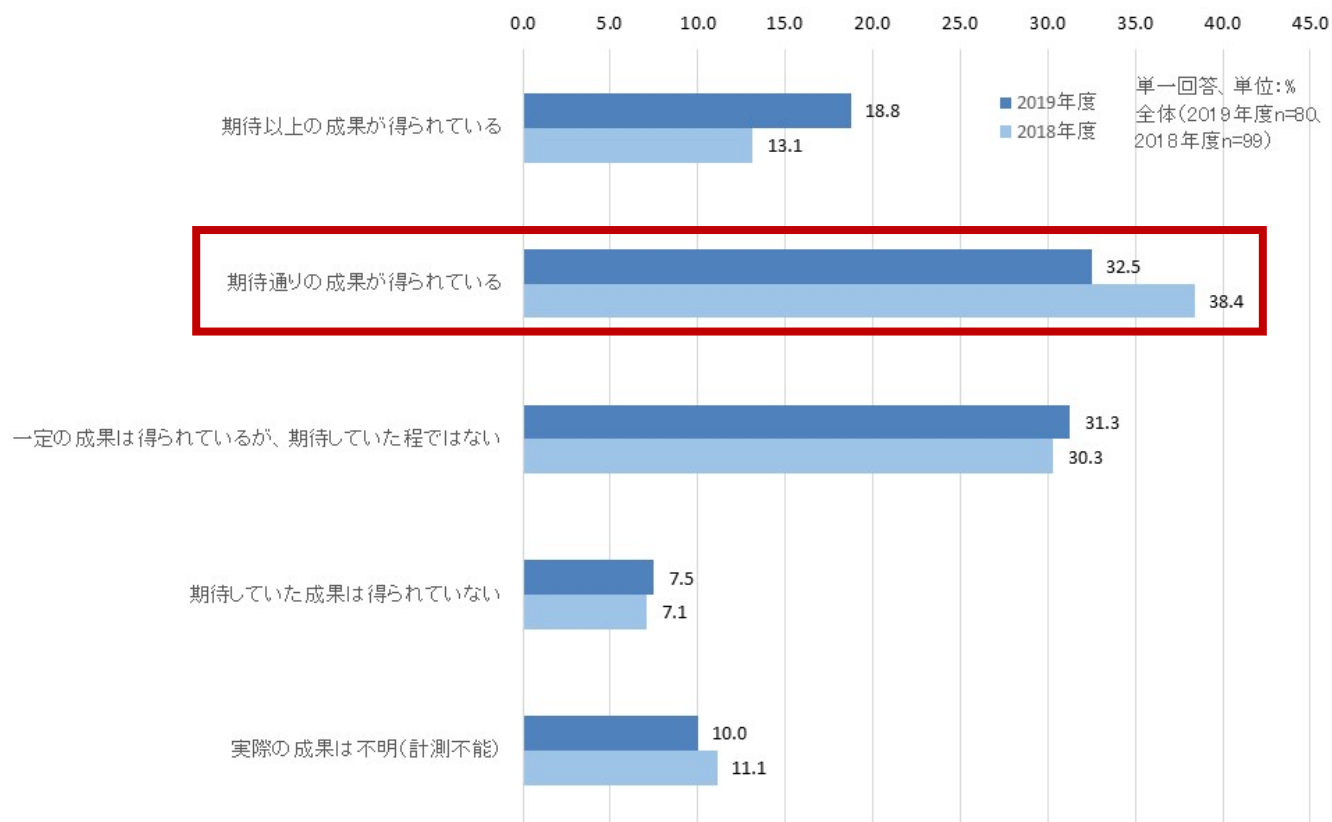
【図表 3-6a】 取り組む不動産テックの成果



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。

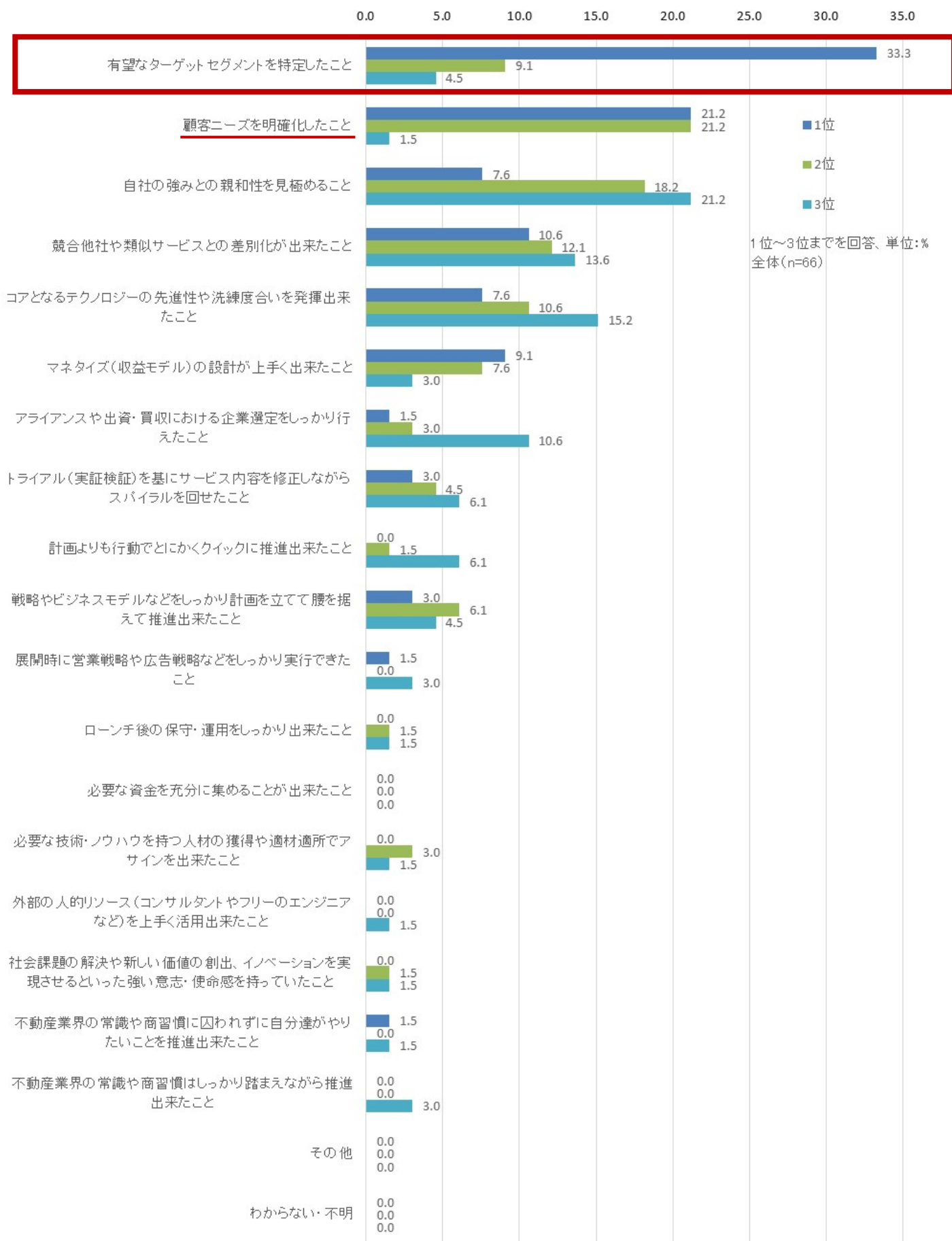
【図表 3-6b】 (2018年度との比較) 取り組む不動産テックの成果



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。

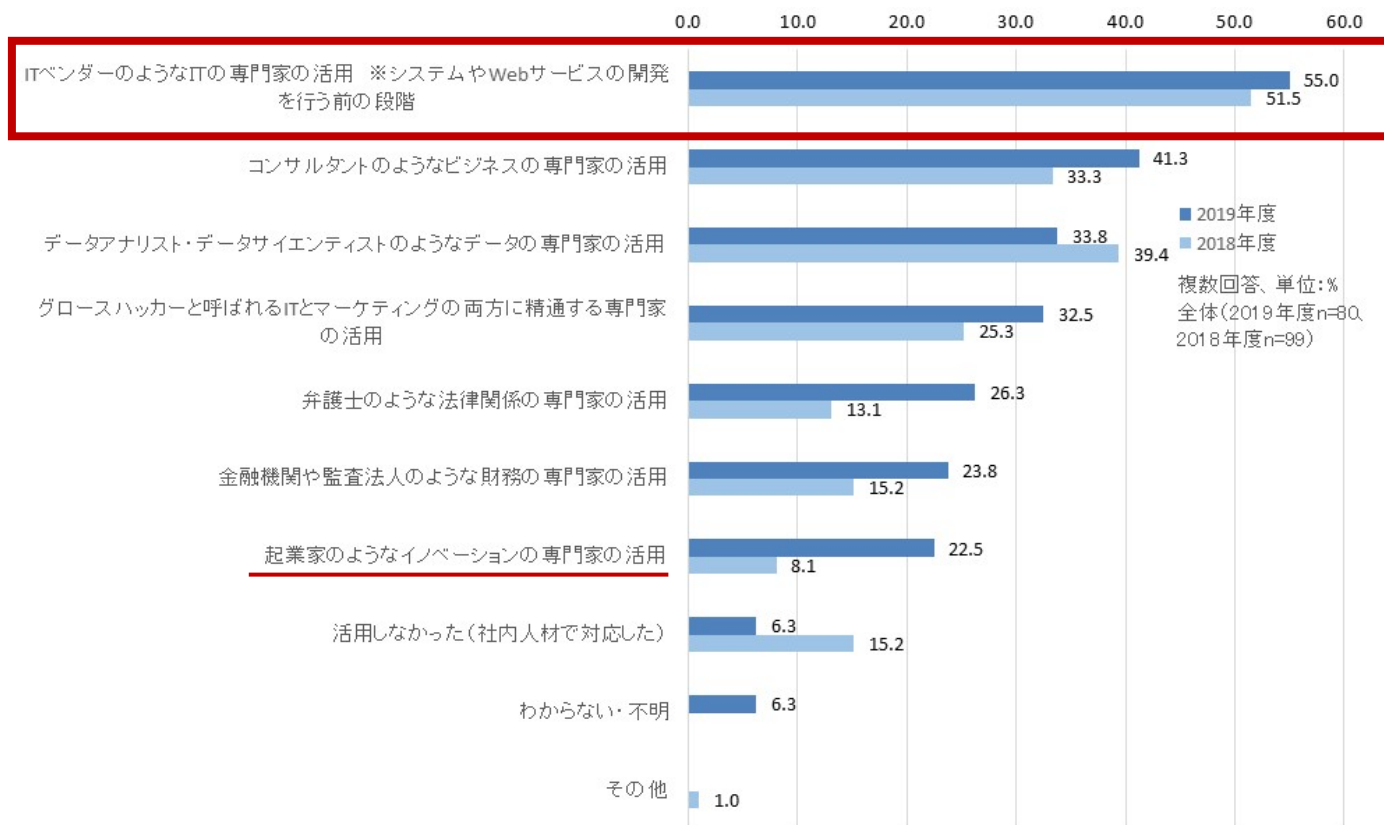
【図表 3-8a】 取り組む不動産テックにおける社外の人的リソースの活用状況



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

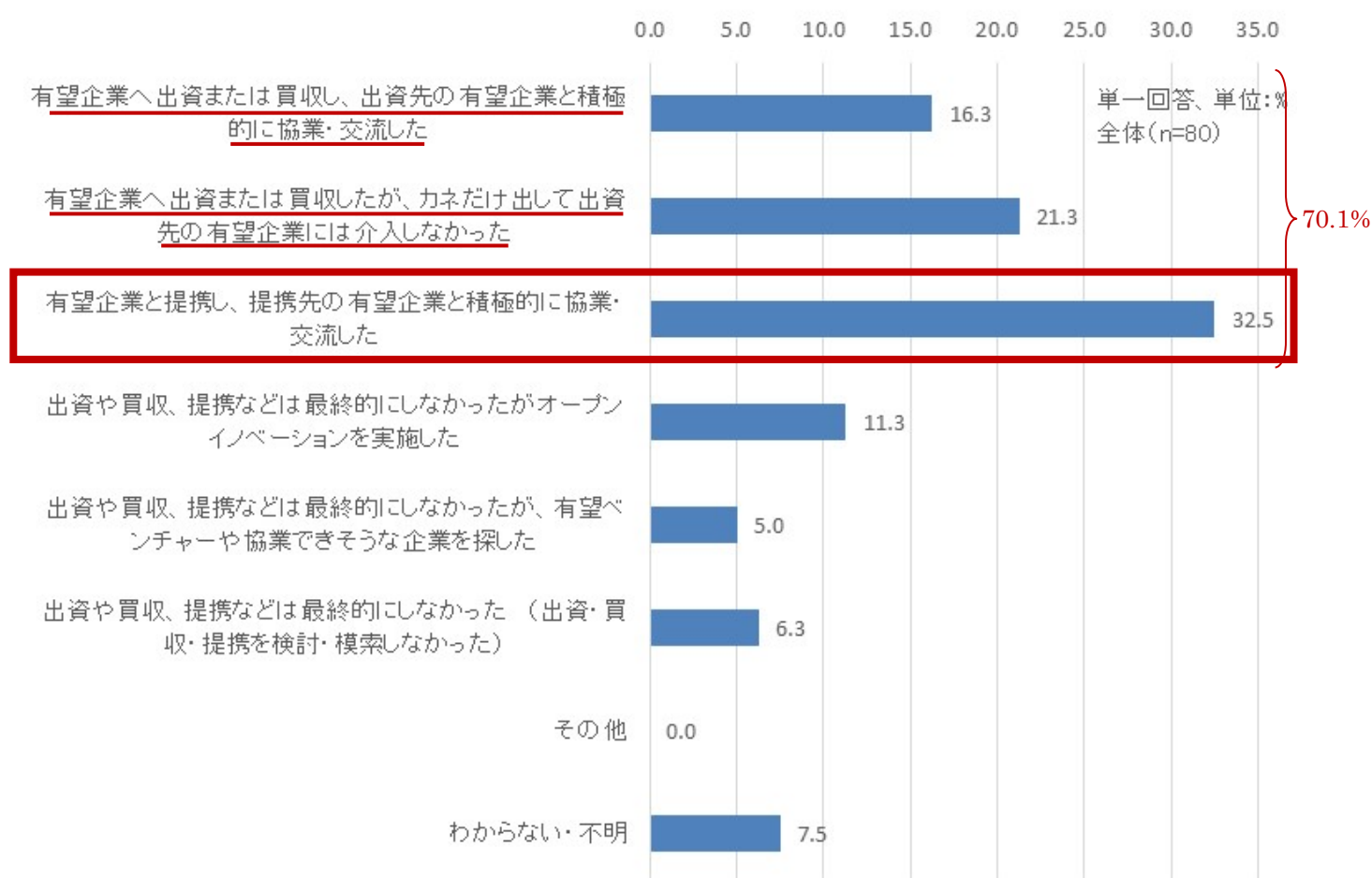


3.9. 取り組む不動産テックにおける提携・出資・買収

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

