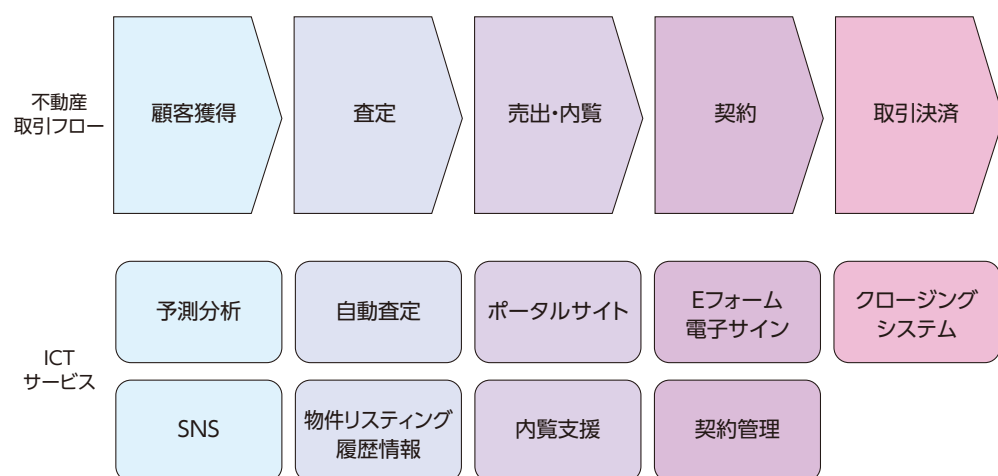


図 不動産取引フローとICTサービスの関係



実際に、世界の不動産市場はデジタル技術の活用によって劇的に変容しています。米国などでは、不動産テックに関わる多くのスタート



キーワードから読み解くDX

今回のキーワード

「不動産テック」が業界を救う？

世界の不動産市場は今、テクノロジーによる破壊的イノベーションの真っ只中にあります。不動産テック(不動産+テクノロジー)の先進国であるアメリカを中心に、デジタル技術の急速な発展とともに、不動産業界は劇的に変わろうとしています。従来のビジネスモデルが限界を迎えている日本の不動産業界においても、不動産テックの活用で業界構造が一変する可能性があります。今回は、その可能性について解説します。



従来型ビジネスモデルの限界

従来の不動産市場は、売り主と買い主の間の「情報の非対称性」を利益の源泉としてきました。不動産の価値は一般の買い主にはわかりにくく、知識や情報は売り主に偏っています。売り主はそれらの情報を握ることで優位に立ち、利益を得るビジネスモデルといえます。

しかし、このビジネスモデルは限界を迎えています。売り主と買い主の間の大きな情報格差は商品やサービスの質の低下につながるうえに、少子高齢化と人口減少、都市部への人口集中といった社会構造の変化が重くのしかかっています。新築物件は資材価格の高騰と建設業界の人手不足で高止まりが続くことが予想される一方、空き家は全国で増え続け、2023年には900万戸に達しました。しかし、新築重視が続く日本では、中古市場の活性化は遅れています。

この苦境を打開するには、中古物件の流通量を増やし、住宅ストックを有効活用する業界変革が必要でしょう。国土交通省の策定した「不動産業ビジョン2030」でも、官民が一体となって実現をめざす目標に「ストック型社会の実現」が挙げられていることも理解できます。

「市場の透明化」が業界変革のカギ

その変化の起爆剤になると考えられるのが、デジタル技術による「市場の透明化」です。先行事例として挙げられるのが、中古車販売業界と証券業界です。どちらも、かつては不動産業界と同様、情報の非対称性を利益の源泉とするビジネスモデルでした。ディーラーや証券会社が情報を握り、買い主はその価値と価格についての情報を持っていないため、彼らを通して売買するしか手段がないという、買い手にとってブラックボックスの市場でした。

しかし、中古車はインターネットオークションや2000年代に始まったインターネットでの一括見積システムによって、個人でも簡単に取引が進められるようになりました。証券業界では、1990年代後半から個人投資家がインターネットで株式を売買できるようになりました。それまでディーラーや証券会社が独占していた情報に誰もがアクセスできるようになり、市場が透明化されたことで、市場規模は中古車市場では約3.5倍に、証券市場は約6倍にまで拡大しました。不動産業界もこれらの業界と同様、デジタル技術の活用で市場の透明化を図ることで、行き詰まりを打破する光が見えてくると考えています。

空き家問題対策にも不動産テック

アップ企業が誕生し、AIやブロックチェーン、データ分析などの最先端テクノロジーを活用し、不動産取引の革新を加速させています。デジタル技術を駆使したオンライン不動産プラットフォームが急成長を遂げ、近年では、AIアルゴリズムによる物件評価、瞬時の取引マッチング、完全オンラインでの不動産取引などが、不動産業界の常識を塗り替えています。

米国など不動産テック先進国では、図のように不動産取引の全過程でICT(情報通信技術)サービスが提供されており、デジタル化が進んでいることがわかります。

日本の不動産業界でも、変革の兆しとして2021年にデジタル社会形成基本法が施行されました。22年には改正宅地建物取引業法により、不動産取引の電子化が全面解禁されるなど、不動産業界のデジタル化も少しずつ進んできています。

また、不動産テックのスタートアップ企業が東京を中心に数多く誕生し、AIや機械学習を活用した不動産プラットフォームが急成長しています。例えば、鍵をデジタル化するスマートロックや、不動産エージェントの新しいワーク

スタイルを創造し、活躍の機会を提供する取り組みなど、先行する米国に追随する形でソリューションが次々と生まれています。

空き家問題の対策でも、不動産テックを活用した新たなアプローチが模索されています。例えば、地方自治体と連携したAIマッチングシステムによって、空き家の有効活用と地域活性化を同時に実現する取り組みが広がっています。特に、遠隔地からの不動産投資や利活用を可能にするデジタルプラットフォームが、注目を集めています。

これら不動産テックの活用で市場が拡大活性化し新たなビジネスチャンスが生まれることで、若手人材にとっても魅力的な業界へと変貌するのではないかと、期待しています。



柴山治(しばやま・おさむ)
デジタル戦略プランナー/
株式会社YOHACK CEO

米国ワシントン大学 経営学修士課程(Global Executive MBA)修了。ITベンチャー、コンサルティングファーム、外資系生命保険会社等を経て、現在は株式会社YOHACK代表。企業の成長フェーズや課題に応じた、テラーメイドの支援を提供している。著書に『日本型デジタル戦略』等がある。



※DXに関するお悩みは、どんなことでもお気軽にご相談ください。