### 特集 不動産テックの動向

# 国内不動産テック(Real Estate Tech)の現状と未来

株式会社リブセンス 不動産ユニット ユニットリーダー 芳賀 一生 はが いっせい

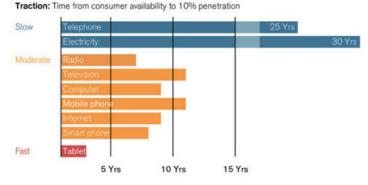
## はじめに

『スマートフォン所有率 78%』1

株式会社博報堂DYメディアパート ナーズが2017年6月20日に発表した 「メディア定点調査2017」によると、 国内のスマートフォン所有率は既に8 割に迫ろうとしており、中でも中高年

層(40代~60代)の所有率が顕著に伸びているそうだ。5年前の同調査によれば、スマートフォン 所有率は31%しかなく、ほんの5年でスマートフォンは倍以上も普及したことになる。

また、米国の TechnologyReview では、テクノロジー別に人口浸透率が 10%を超えるまでの期間について調査をしている<sup>2</sup>。この調査では、電気が誕生してから浸透率が 10%に到達するまでに 30年という歳月を要しているのに対し、スマートフォンに関しては 7 年、タブレットは 3 年程度で10%まで浸透している。この調査結果だけでも、



現今のテクノロジー浸透スピードが急速な変革を 迎えていることが容易に把捉できる。

そして、スマートフォン・タブレット端末の急速な普及は、インターネット経由での商品購入はもちろんのこと、ゲーム、音楽、電子書籍などのデジタルコンテンツ領域の活性化や、教育、金融、医療サービスまで、広範な産業のビジネス構造を変化させている。

# 国内不動産業界のIT化遅れ

日本独自の商慣習が根強く残る不動産業界は、 残念なことに IT 活用が遅れている産業と言われ ている。2012 年度に総務省でまとめられた「情報 通信白書」の産業別 ICT 利活用スコアによると、 全産業平均 6.7 に対して不動産業は 5.6 と低い評 価である<sup>3</sup>。

Business Report Are Smart Phones Spreading Faster than Any Technology in Human History?

https://www.technologyreview.com/s/427787/are-smart-phones-spreading-faster-than-any-technology-in-human-history/

http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper

 $<sup>^1</sup>$  ~博報堂 $\mathrm{D}\,\mathrm{Y}\,$ メディアパートナーズ 「メディア定点 調査 2017」時系列分析より~

http://www.hakuhodody-media.co.jp/wordpress/wp-content/uploads/2017/06/HDYmpnews20170620.pdf

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> MIT Technology Review

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> 産業別 ICT 利活用状況(スコア) 総務省 平成 26 年版情報通信白書 「我が国産業界における ICT 投資・利活用の現状」





この評価の内実として、仲介会社と管理会社間でやり取りされる工程に焦点が当てられることが多い。例えば、仲介会社が個別物件の空き情報をリアルタイムに取得するためには、電話で当該物件の管理会社に確認を仰ぐ必要がある。顧客から空室情報の確認、内覧希望を受けるたびに空き情報確認、鍵の保管場所を聞かなければならず、管理会社は常に電話対応に追われてしまうのだ。他にも紙資料の多用、FAX や電話での連絡、対面による商談の常態化など、アナログ業務が消えていない実情は現場を見るだけで把握できる。

では、IT活用の遅れを助長させる原因はどこにあるのか。その原因は消費者にとって不動産は高額であり、「一生に何度も買えるものではない」という商品特性が起因している。この高額商品を顧客に売り切るためには必然的に営業至上主義になりやすく、それがIT活用の遅れを招いていると推測ができる。営業組織は一般的に成果が明確化されるため、互いを比較しやすく序列化する傾向にある。そして、その傾向に拍車をかけるような仕掛けが組織内に点在し、ノルマや歩合によって業務フローが属人化されていく。この属人化を受け入れようとすると、売れる営業マンの声が優先され、IT活用の敷居が高くなってしまう。

#### 米国で浸透する不動産テック

そもそも、ITの基盤となるインターネット (internet)とはどういった特性があるもの だろうか。interとは中間とか間、相互とい った意味を持っている。語源的にはネットワ ークとネットワークをつなぐものをインター ネットと呼んでいるわけだが、実は不動産業 界で使われている「仲介」という英語は 「intercession」となり、ここにも inter が 使われている。インターネットが「ヒトとヒト」、「ヒトとモノ」に対して相互コミュニケ ーションが可能となる中間を司るものなので あれば、不動産仲介が提供する「不動産とヒ

ト」の間を取り持つサービスは、インターネットで代替できる領域が多いと考えることは自然の流れだ。少子高齢化が深刻化する現代では、中古住宅の流通促進・活用が内閣府から打ち出され、「不動産とヒト」を取り持つ IT 化は改めて注目されている。

そして、不動産業界のIT化を象徴するキーワードに、「不動産テック(Real Estate Tech)」という言葉が使われ始めている。不動産テックとは「不動産」と「テクノロジー」を掛け合わせた造語であり、言葉の源流は米国の「Real Estate Tech」が起源である。

では、米国で不動産テックがなぜ注目されるようになったのか。その理由としては、情報処理技術やモバイルブロードバンドの急速な高度化、そしてデータの収集・保存にかかるコスト低減によって、従来は収集されずに捨てられていた細かなデータを大量に取り扱えるようになったからだ。それ以外にも、1990年代以降、米国の中古住宅流通量が約300万戸/年から約700万戸/年まで倍増した一要因である、網羅的な物件情報データベース(MLS: Multiple Listing Services)の存在が大きい。MLSでは、不動産業者が得た売り物件情報を24時間以内にMLSシステムに登録することが義務付けられ、800以上の州でこのルールが徹底されている。



MLS.COM (<a href="http://www.mls.com/">http://www.mls.com/</a>)

米国においては、不動産エージェント(不動産営業マン)が物件情報をリアルタイムに入力するという厳格なルールや、その物件データをウェブ上で簡易に取り扱えるようになる Internet Data Exchange (IDX) や Real Estate Transaction Standard (RETS)などがあり、物件データ活用のための土台がしっかりと整えられている。このように幾つかのコンテクストにより、米国の不動産テックの浸透が飛躍的に向上し、中古住宅流通の活性化に繋がっている。今後、日本の不動産業界で

も注目されているビッグデータや AI 等の最新技術を本格的に活用するためには、その基礎となる REINS (レインズ) への正しいデータマネジメントが不可避であり、未来に向けて有益なデータを残していくルールや環境整備が急がれている。

#### 米国に10年遅れる国内不動産テック

2014年は国内不動産テック元年と言える。国内最初の不動産テック企業は「ソニー不動産」だろう。不動産の購入側を仲介するチームと売却側を仲介するチームを完全に分断し、米国に類似した「エ

ージェント制」をはじめた。また、Yahoo! JAPAN と共同で「おうちダイレクト」を開始し、CtoC に近い不動産サービスも提供している。同年7月からは株式会社マンションマーケットが提供するマンション相場情報サイトや、株式会社おたにが提供する不動産価格の予測サービス「GEEO」が開始され、翌年2015年は次々とオンライン上で不動産価格査定を提供するウェブサイトやスマートフォンアプリがリリースされた。

### おうちダイレクト(https://realestate.yahoo.co.jp/direct)



リリース 年月	サービス名	サービス概要
2014 年 4 月	ソニー不動産	エージェント制の仲介サービスや「ソニー不動産物件探索 MAP」というツールを用いて 顧客への市場情報の提供。
2014 年 7 月	マンション マーケット	マンションに特化した相場情報サイトと仲介サービスをワンストップで提供。
2014 年 10 月	GEEO	地図をクリック又はタップで指定した条件に基づく不動産の価格を算出。
2015 年 7 月	VALUE	人工知能(AI)を活用した不動産投資家向け物件情報配信サービスを提供。
2015 年 8 月	HowMa	日本全国の不動産(一戸建て、マンション)の市場価値を自動的に査定し提供。
2015 年 8 月	IESHIL	ビッグデータを用いた透明性の高いデータ分析によって、首都圏 27 万棟のマンションの 相場価格を部屋別に算出し提供。
2015 年 10 月	HOME'S プライスマップ	物件の価格データベースと参考価格試算システムを独自開発し、地図上で物件の参考価格を参照できるサービスを開始。
2015 年 10 月	ふじたろう	中古マンション売買時の指標となる相場情報を、検索・閲覧・比較することのできる不動産情報サイトの提供を開始。
2015 年 11 月	おうちダイレクト	Yahoo!不動産で「不動産売買プラットフォーム」を開設し、CtoC 取引サービスを展開。
2016 年 3 月	Gate.	人工知能を活用した投資用不動産の取引サービスを提供。
2016 年 3 月	Smoola	日本国内の不動産相場が丁目・字名単位でわかるサイトを提供。
2016 年 5 月	マンション バリュー	マンションの現在の中古価格や値上がり値下がりといったマンション相場情報を提供。

このように国内不動産価格査定メディアを提供 する企業が参考にする不動産メディアが米国にあ る。それはシアトルに本社を置く米国最大手の不 動産メディア「Zillow (ジロウ)」だ。Zillow は 2006 年の設立以降、住宅価格を推計した Zestimate (ゼスティメート=Zillow+

Estimate) という不動産価格査定モデ ルを活用して、独自に不動産価格を査 定し無償公開をしている。

Zillow は現在販売されている物件だ けではなく、米国内の約1億1,000万 世帯のデータを保持しており、 Zestimate による物件の価格査定に加 えて、1年、5年、10年などの経年に よる物件の価格変化や、未来の価格予 測も公開する。また、ユーザーに提供 されているユニークな機能として、リ フォームや大型家具購入など、その物 件に大幅な変更があった場合、ユーザーはその情 報をサイトに提供することで物件価格を変化させ ることも可能だ。この Zillow が設立された 2006 年から、10年弱で日本でも類似サービスが立ち上 がり始めたということになる。

#### **Zillow.com** (https://www.zillow.com)

Data Coverage and Zestimate Accuracy Tal Choose a location type below to ch Top Metro Areas	ble ange data:	ide Accuracy	on Lillow Hones	with lesting	ates	see of Sale Pri	of Sale Pri	in Co
States/Counties* National	1.estin	Home	Homes	Within	Within	Within	Media	
Atlanta, GA	***	2.1M	1.9M	46.4%	69.5%	85.1%	5.6%	
Baltimore, MD	***	994.0K	968.0K	47.6%	67.8%	83.0%	5.4%	
Boston, MA	***	1.6M	1.5M	42.4%	68.4%	87.0%	6.1%	
Charlotte, NC	***	969.4K	810.0K	45.8%	69.5%	85.7%	5.7%	
Chicago, IL	***	3.3M	3.1M	44.3%	68.1%	85.2%	5.9%	
Cincinnati, OH	**	824.8K	718.3K	40.3%	62.9%	80.4%	6.8%	
Cleveland, OH	**	829.1K	734.8K	39.7%	60.7%	79.5%	7.0%	
Dallas-Fort Worth, TX	***	2.2M	2.0M	52.4%	75.7%	90.6%	4.7%	
Denver, CO	***	970.4K	886.8K	51.9%	77.8%	92.8%	4.8%	
Detroit. MI	**	1.8M	1.7M	41.1%	64.4%	82.3%	6.4%	

Last updated: May 31, 2017

しかし、国内不動産テックの中心とも言える価格査定サービスも課題が多い。国内の多くのデータ取得方法がウェブクローリング(プログラムがインターネット上のリンクを辿ってウェブサイトを巡回し、ウェブページ上の情報を複製・保存すること)によって収集されており、ウェブ上で公開されている不動産価格を参考にデータ分析をするしかないという実情があるためだ。そのため、リアルタイム性の担保や、正しい成約価格分析が難しく、一定以上の価格査定品質を作り上げることができないのである。

米国では物件と取引データの入力徹底、共有化の義務、先進的なオープンデータ基盤が今の不動産テックを作り上げており、不動産テック企業同士もその基盤の上で消費者視点のサービス作りを切磋琢磨している。この循環によって信頼できる不動産市場を形成し、消費者側も安心して活発に中古住宅を売り買いすることができるのだ。やはり、このような背景を踏まえると先ずはルールによる厳格なデータ入力の徹底、そして不動産関連のデータマネジメントの質を上げていくことが国内で良質な不動産テックを波及させる重要なファクターとなる。

# デジタルトランスフォーメーション

今後の国内不動産テックはどのように進化していくのか。それは「デジタルトランスフォーメーション」というキーワードが示唆している。デジタルトランスフォーメーションとは IT の浸透が人間の生活をあらゆる面でよい方向に変化することを指す。簡単に言ってしまえば、企業や社会をデジタル化することで、経済構造や社会を変革することを意味している。既に金融業界で活発な「FinTech(フィンテック)」や、ドイツで積極的な製造業向けの「インダストリー4.0」、あらゆるモノがインターネットに繋がる「IoT (Internet of Things)」など、最新テクノロジーは、かつてないほどのペースでビジネスや生活に変化を起こし続けている。

【広義の国内不動産テックサービス例】

No	カテゴリ	サービス例			
1	AI	IBM Watson、ノマドクラウド			
2	ІоТ	NinjaLock, iecon			
3	FinTech	MOGE CHECK、 MoneyForward			
4	シェアリング	Airbnb、スペースマーケット			
5	クラウドファンディ ング	OwnersBook、 TATERU FUNDING			
6	CtoC	おうちダイレクト、Housmart			
7	業務効率化(チャット接客、VRなど)	VR 内見、ietty、ぶっかくん			
8	ブロックチェーン	bitFlyer, Chaintope			

そして、これから国内不動産業界で起ころうとしているデジタルトランスフォーメーションは産業構造を大きく変化させるものだ。これまでのITが担ってきた役割は、各産業の業務効率化のためのツールであり、既存産業を縁の下で支える役割が中心であった。しかし、今後のITは既存産業それ自体を変えるインパクトを保持しているのである。例えば、Amazonがその代表例だろう。

ジェフ・ベゾス CEO 率いる Amazon (1995 年~) はシンプルなオンライン書籍店から始まった。そ の後は次々と商品ラインナップを増やし、今では 完全に総合 EC プラットフォームとして世界中で 利用されている。そして、Amazon は実店舗の展開 も推し進めてきた⁴。ニューヨークでオープンした 書店や、シアトルでオープンしたスーパーマーケ ットが一例である。そんなアマゾンが 2017 年初頭 にコンビニエンスストア事業にも参入し話題とな っている。コンビニの名前は「Amazon Go(アマゾ ン・ゴー)」。顧客は欲しい商品をバッグに入れ、 そのまま店舗を出るだけで自動的に代金の支払い が完了する新時代コンビニである。そして、この Amazon Go がまさに IoT や AI (人工知能) などの 最新技術によって実現されている。この顧客体験 は店内に張り巡らされたセンサーが、顧客の手に

取った商品を識別し、その顧客が店を出たのかを 認識することで実現されている。顧客は Amazon アカウントさえ持っていれば、レジを通らずに店 を出るだけで決済が完了する仕組みだ。従来はオ ンラインだけでサービスを展開してきた IT 最大 手の Amazon が、その技術力と顧客アセットを融合 し、実店舗市場にも進出してきている。既存のリ アル店舗を展開するスーパーやコンビニからする と、これは大きな脅威となるだろう。

また、デジタルトランスフォーメーションの象 徴的なサービスと言えば、それは「シェアリング エコノミー」だろう。シェアリングエコノミーと はインターネットを介して個人が保有している遊 休資産の貸出を仲介するサービスを指している。 発祥は、2008年にいわゆる「民泊」の仲介サービ スを始めた米国の「Airbnb(エアビーアンドビー)」 と言われている。Airbnb は世界中に空き部屋など を持つ宿泊場所の提供者(ホスト)と宿泊場所を 探している旅行者(ゲスト)を繋ぐ、空きリソー スを活用したインターネット上のプラットフォー ムである。現在は世界192カ国で提供され、会社 評価額 300 億ドル(約3 兆円)を超えた。この Airbnb のようなシェアリングエコノミーのメリ ットは企業の仲介が減少し中間マージンが抑えら れ、これまでより低料金でサービスやモノを手に することができることである。また、サービス提 供側としては利益が生まれなかった遊休資産が気 軽に活用できる。

## Airbnb (https://www.airbnb.jp/)



国内でもこの Airbnb が上陸し、大きな問題が起きた。それは Airbnb の利用が法律に抵触するかどうかという問題だ。日本の法律では、宿泊期間が1ヶ月未満の施設において、原則として旅館業法が適用され、所定の営業許可が必要となっている。しかし、日本に溢れ出した外国人のインバウンド需要の解決策として、国が規制緩和に動き、住宅宿泊事業法案が閣議決定されたのである。民泊受け入れの条件として、住宅宿泊事業法案では、住宅宿泊事業者の届出制度を新設した。そして、民泊として自宅等を利用する場合は、年間提供日数が最大 180 日(泊)まで許容される。また、住宅宿泊仲介業および住宅宿泊管理業者の登録制度を創設することが決定された。

この Airbnb と国内不動産業界との間には、近接する関係にある。現在、新築マンションの主戦場首都圏では発売戸数が低迷し、大手の寡占化が進行している。物件にもよるが、多くが相続税対策や投資目的の購入となっており、結局は賃貸市場に流出する物件が多い。そのため、運用時に空室が発生してしまうと、管理費や固定資産税が持ち出しとなりオーナーは赤字となってしまう。この空室マンションを Airbnb で穴埋めするニーズが上がってきており、インバウンド(外国人訪日客)需要も重なることで今後は国内でも Airbnb に提供する物件数が増大することが予期できる。

このように、デジタルトランスフォーメーションは従来の業務効率化のための IT 活用だけでは

なく、Amazon GoのようにIT×コンビニという新たな産業を創出させるような変化や、Airbnbのように住宅の空き家や空室対策、インバウンド需要の受け皿として活用できるソリューションであったりする。

そして、国内不動産業界のデジタルトランスフォーメーションはこれからが本当の意味で本番となる。危惧しなければいけないことは、Airbnbのような外資系サービスの多くはディスラプター(破壊者)とも呼ばれていることだ。Airbnbの到来で、フランスでは1日に1件のホテルが廃業、倒産

に追い込まれている。以前であれば、国内で規制 や商習慣が存在していることから、IT化による新 事業の発展余地はそれほど大きくないだろうと考 えられてきていた。しかし、Airbnb の上陸が示唆 しているように、消費者に認められる IT サービス は規制も通用しない。消費者が利便性を感じて一 定の市民権を獲得したサービスは逆に規制が変化 してしまうことを Airbnb が体現している。

残念なことに、従来から国内で産業構造に巨大 な変化が生じる事象は外資系 IT 企業によるもの ばかりだ。頻出する議論としては、「欧米と日本で は商習慣が異なるため変化は起きない。」、「自社の 損失に繋がる戦略は容認できない。」、「既存サービ スの利益を圧迫するため、新規サービスは打ち出 せない。」といった類の意見である。不動産という 日本の国土そのものを生業とするサービスである 不動産業界だからこそ、視点を大きく変え、国内 企業の集合知によってグローバルでも劣らない日 本の不動産テックを作り上げていきたい。