

住宅・不動産業界における デジタルトランスフォーメーション



労働集約モデルからの脱却、付加価値向上のために デジタルトランスフォーメーション(DX)の推進が求められています。

労働力不足や情報の非対称性の解消により 従来型のビジネスモデルは限界に

少子化に伴う就業者の減少や、働き方改革の機運拡大による労働力不足が見込まれています。住宅・不動産業界においても、従来型の営業マンの能力やネットワークに基づく販売や、人に頼る仲介や賃貸管理などに代表されるような労働集約的な手法の見直しが余儀なくされるでしょう。

また、不動産価格の査定サービスの普及に代表されるように、消費者や顧客が有する情報量は多種多様となっています。これまで価値の源泉となってきた、消費者と事業者の情報の非対称性は徐々に解消される見込みであり、それに成り代わる付加価値提供が必要となってきます。

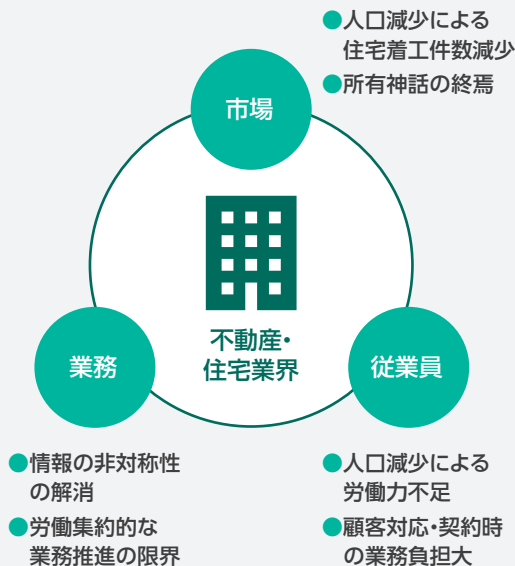
生産性向上(コスト削減、付加価値向上)に 向けてデジタル活用が不可欠に

他業界に比べて住宅・不動産業界のデジタル化は遅れていると言われていますが、それだけに今後のデジタル活用による飛躍的な生産性向上が期待されています。

DXはIT重説(重要事項説明)やオンライン内見といった、既存業務のIT化ではなく、データを分析することで抜本的なコスト削減や付加価値の向上を図るものです。顧客情報やWeb閲覧履歴を分析することで、見込み客の見極め精度を大幅に向上させるといった取組みが既に実現しています。また、センサー情報を分析することで最適なレイアウトを提案することも考えられます。さらには、居住空間やオフィス空間それ自体をマーケティングプラットフォームとして活用する新たなビジネスモデルも近い将来に現実のものとなるでしょう。

住宅・不動産業界の環境変化と求められるDX活用

住宅・不動産業界の環境変化



DX活用イメージ

	分類	活用イメージ
新規 ビジネス DX2.0	ビジネスモデルのデジタル変革	<ul style="list-style-type: none"> ● “居住”のマーケティングプラットフォーム化 ● センサー情報の他社への提供 等
	既存 ビジネス DX1.0	
既存 ビジネス DX1.0	フロントサービスのデジタル変革	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客情報の分析によるパーソナライズした商品・サービスの提案
	バックオフィスのデジタル変革	<ul style="list-style-type: none"> ● データに基づく予測・最適化

住宅・不動産業界のDX推進に向けた方針策定、業務への落とし込みからシステム実装までをシームレスにご支援します。

業界への理解を踏まえ、デジタルによる業務効率化を推進

DXの推進にあたっては、自社ビジネスの環境変化への理解に始まり、デジタルの活用に関わる一貫した改革が重要であり、目的感が不透明なツールやシステム導入ありきでは期待する効果を十分に上げられません。

NRIは、住宅・不動産企業の経営戦略、事業戦略立案に数多くの経験を有しています。また、独自の業界研究を行っており、DX推進の前提となる業界動向や将来の環境変化に関する知見を長期にわたり蓄積しています。また、他業界も含めたDXの先進事例やその支援実績も豊富に有しており、不動産・住宅業界の現状や課題、既存事例から得られる勘所を押さえた、効率的なDX推進を支援してきました。

DX推進は全社的なアプローチが重要です。時に社内PoC*を行いながら、DXの効果を実感しつつ、業務変革を進める実装まで支援いたします。

住宅・不動産業界におけるデジタルマーケティングの推進支援

近年、住宅・不動産業界の各社の長期戦略や中期経営計画等においてITの活用やデジタル化の推進について言及されるケースが多くなっています。

NRIは、不動産企業A社に向けて、営業活動の効率化が課題となっていたところ、Web閲覧履歴の分析を活用したマーケティングを提案。アクセスページやその頻度を分析することで、顧客の検討が深まった時期を逃さずに、顧客の好みに応じた提案を行うことで、より効率的な営業活動が可能となりました。

さらには、展開しているWeb広告と、閲覧者の契約履歴とを分析することで、広告費の約4分の1が契約に結びついていないという実態を把握。より効果的なWeb広告展開への検討へと結びついています。

■ NRIのDX推進支援サービス

住宅・不動産業界およびIT・システムの専門家がワンチームとなり、
構想策定から業務への落とし込みまでカバー

