

海外事例に見る不動産テック・不動産DX

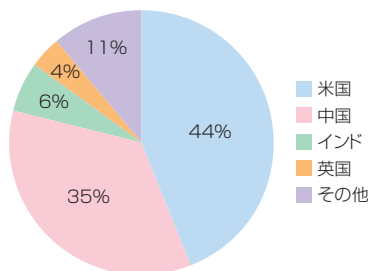
近年日本で不動産テックや不動産DXに注目が集まっているが、米国や中国でもその取り組みは進んでいる。もちろん、米国・中国とは様々な構造的差異があるため、そのまま日本の不動産市場に適用できるわけではないが、日本版の不動産テック・不動産DXを考えるにあたって、示唆に富む部分は多い。

米国と中国がリードする不動産×テクノロジー

近年、不動産領域においても、様々な先端テクノロジーの活用が始まっている。テクノロジーを用いて、不動産に関する事業やサービス、業界構造等を変革し、新たな付加価値を生み出すことは、「不動産テック」や「不動産DX（デジタル・トランスフォーメーション）」と呼ばれる。

海外における不動産テックは、米国で先駆けて発展してきた。他方、近年では中国においても、不動産領域におけるテクノロジー活用が独自に発展しつつある。実際、不動産テック企業の資金調達額を見ても、図表に示す通り、米国と中国が大半を占める。

図表 不動産テック企業の資金調達額の地域別割合



(注) 2013年から2017年第一四半期までの累計額
(出所) CB Insightsより作成

そこで本稿では、米国と中国における不動産テックや不動産DXに関する事例を紹介し、その特徴や示唆について考察を試みたい。

米国事例に見る示唆：一層高まる情報の透明性と、「新たな」情報の非対称性

米国には、2017年時点で1,500社以上の不動産

テック企業がある¹⁾。日本では170社程度とされるため²⁾、日本の約10倍の規模になる。

先駆けとなった不動産テックの一つは、住宅の売買・賃貸等をオンライン上で仲介・マッチングするプラットフォームである。その代表格であるZillowでは、住宅の推定価格をウェブサイト上で把握することができる。推定価格は売りに出ている住宅に限らずほぼすべての住宅で算出されており、過去の推移を見ることもできる。また、多くのマッチング・プラットフォームでは、物件情報に加え、犯罪発生率、教育機関の格付評価、周辺の施設充実度や歩きやすさ、騒音レベルといった周辺環境の情報も集約・一元化されている。さらに、現在売りに出ている住宅ではなく、今後数か月以内に売りに出される住宅を予測する、SmartZipのようなサービスも現れている。

住宅だけでなく、商用不動産に関する不動産テックも増えている。例えばCompStakは、商用不動産の賃料や取引等に関する情報を集約し、機関投資家等に提供している。それらの情報は、主にエージェント（仲介事業者）やアプレイザー（不動産価格査定業者）から収集されている。これらのエージェント等は、自分が提供した情報の量と質によって「クレジット」を付与され、そのクレジットに応じて新たな情報をCompStakから取得することができる。すなわち、ここでは金銭ではなく、情報を対価として情報を交換する仕組みが成り立っているのである。それにより、個別の不動産事業者が持つ情報やデータの共有化を実現している。

このように、不動産テックによって情報の可視化や集約化、共有化が促進されている。それにより情報の透明性が高まり、特に一般消費者と不動産事業者との間にある、従来ながらの情報の非対称性は、縮小に向かうと考

NOTE

- 1) 出所: Venture Scanner
<https://www.venturescanner.com/blog/2018/real-estate-technology-sector-overview-q4-2017>
- 2) 出所: リマールエステート株式会社
<https://limar.co.jp/2018/03/08/>「不動産テック業界-カオスマップ-最新版」を公表/

えられる。その一方で、不動産事業者間での「新たな」情報の非対称性が生じ得る。これまで、不動産取引は事業者個々人の「勘・経験・度胸」に基づいて判断がされると言われてきた。しかし、不動産テックの登場により、個社や個人では限界があるような幅広い情報の集約・分析が可能となってきている。そのような状況が広がると、情報やデータを持つ事業者と持たざる事業者、活用する者としめない者との間で、新たな非対称性が生まれるのではないかと考えられる。

中国事例に見る示唆： 百考は一行に如かず

中国においても、米国のような住宅仲介プラットフォームは存在するが、それ以外に不動産領域でテクノロジーが活用されている特徴的な事例を二つ紹介したい。

中国では多くのマンション管理会社が、マンションごとに居住者向けのスマートフォンアプリを提供している。お知らせや修理依頼、クレーム受付等のメニューや、レストランや病院等の周辺情報がアプリ上で提供され、ポータルサイトとして利用されている。さらには、ECサイトと連携し、アプリ経由で商品を購入すれば商品価格や管理費が割引かれるというものもある。居住者のアプリ利用は無料だが、マンション管理会社はEC事業者等から広告料や物販等の手数料を得ている。このように、中国のマンション管理会社は、居住者向けアプリをプラットフォームとして管理費以外の収入源を開拓し、新たなビジネスモデルを生み出している。

もう一つの事例は、オフィスビルにおける取り組みである。例えばテンセント本社ビルでは、テクノロジーを用いた様々な先進的サービスが実用化され始めている。

受付ロボットや運搬ロボットの運用、顔認証による入退館管理、センサーやカメラによる位置情報把握や人流管理等が行われている。これらの情報は、管理用に使われるだけでなく、例えばエレベーターやカフェテリアの混雑情報提供等、就業者や来訪者へのサービスにも活用されている。このようないわゆるスマートビルは、もちろん日本でも構想や実証実験等は試みられているが、中国では既に現実のものとなりつつある。中国における規制のあり方や、人々のサービスに対する寛容度やリスク許容度等といった背景の違いはあるが、新しい技術やサービスに積極的にトライし、小さなイノベーションから取り組んでみるという事業者の姿勢には、学ぶ余地があるのではないだろうか。

もちろん、日本と米国や中国とでは、背景にある規制や制度、消費者の考え方、商習慣や事業構造等が異なる点もある。そのため、本稿で紹介したような事例がそのまま日本に移植できるわけではない。しかし、その着眼点や考え方は示唆に富む部分が多く、むしろそのような見方で捉えるべきである。換言すると、日本の不動産市場構造を前提にしたとしても、テクノロジーが介在する余地は大いにあるはずである。そのような視点で不動産テックや不動産DXを検討し、そして実行に移すことが重要である。

Writer's Profile



荒木 康行 Yasuyuki Araki

グローバルインフラコンサルティング部
上級コンサルタント

専門は不動産市場調査、事業戦略策定、海外進出支援
focus@nri.co.jp