

## 令和元年度 「不動産経済分析研究会」議事概要

### 1. ビットリアルティ株式会社 取締役 谷山智彦氏の説明概要は、以下の通り。

[はじめに]

- 不動産テックの現状と今後の展望というテーマで全体を俯瞰し、以下の観点でお話をしたい。
  - ・ 不動産とテクノロジーの融合
  - ・ 不動産経済分析における新たなテクノロジーの活用
  - ・ 不動産テックがもたらすインパクト：不動産業の近未来

[不動産とテクノロジーの融合]

- 今我々は、IoT や AI などの第4次産業革命、超スマート社会の入り口に立っているが、今後、技術革新によって産業構造や就業構造が劇的に変わる可能性がある。
- 金融業界においては金融と技術の融合（Fintech）が進展しているが、不動産業界においても PropTech と呼ばれる不動産テックに注目が集まっている。
- 不動産テックとは、テクノロジーを用いて不動産の取引・評価・業務にイノベーションを起こし、不動産市場や不動産ビジネスのデジタル・トランスフォーメーションを目指すもの。ビジネスモデルとしては、以下の3つが考えられる。
  - ・ マッチング・プラットフォーム運営：不動産に関連するヒト・モノ・カネ・情報をプラットフォーム上でマッチング
  - ・ ビッグデータ活用：不動産関連情報を集約・加工分析・価値化させ、顧客に提供
  - ・ 業務効率化サービス：不動産関連業務を IT 活用により効率化

[不動産経済分析における新たなテクノロジーの活用]

- 既存の経済統計・データは精度・粒度・頻度・速度等の課題を抱えており、これらだけでは適切に不動産市場を把握できない。
- そこで、検索データや位置情報データ、画像データなどのいわゆる「オルタナティブデータ」を活用し、既存の経済統計が抱える課題を補うべき。
- 従来プレイヤーは「情報の非対称性」によって収益機会を獲得していた面があるが、オープンデータ化やテクノロジーの進展により、従来の「情報の非対称性」は、一定程度は解消されるものの、新たな「情報の非対称性」が生じる可能性がある。

[不動産テックがもたらすインパクト：不動産業の近未来]

- 従来のフルパッケージ型サービスの提供から、特化型サービスの最適な組合せを提供する形へと産業構造が変化する。いわゆる不動産ビジネスの「アンバンドリング化」及び「レイヤー構造化」が進むであろう。
- これにより、売り手主導から買い手主導へと転換が進み、将来的には巨大プラットフォームに再統合される可能性もあるのではないか。
- さらに、これからは「ミレニアル世代」が主な不動産サービスの受け手となり、様々なプレイヤーが連携するエコシステムの形成が必須と思われる。

[おわりに]

- 特定の技術の成熟度、採用度、社会への適用度を示す「ハイプ・サイクル」というものがあり、黎明期、過度な期待のピーク期、幻滅期の後に市場の受け入れが行われる。不動産テックもこのサイクルを通ってくると思われるが、不動産テックに過度な期待や幻想を持つのではなく、テクノロジーの進化を冷静に見ていく必要があると考える。
- データを AI で解析して得られたインテリジェンスを現実社会に反映することが重要。世界を変えるアクチュエーターを如何にして創出するかが重要である。

**2. 株式会社リクルート住まいカンパニー ネットビジネス統括本部 データソリューションユニット ユニット長 野村眞平氏の説明概要は、以下の通り。**

[はじめに]

- 不動産テックに関する実務の現状と今後の方向性とテーマで、以下の観点からお話をしたい。
  - AI について
  - AI の活用事例
  - 不動産領域での AI 活用事例
  - 海外事例
  - SUUMO での取組み

[AI について]

- データ分析などにおいて、よく AI を使って課題を探そうと考えるが、データサイエンスはあくまで課題を解決するものであって、課題を探し出すことはできない。
- 物件の適正価格を知りたいという課題であれば、最寄り駅や広さなどの属性情報

が数十万件あれば、AI のようなマシンラーニングの発達で成約価格の予想はできる。しかしこれを実際のサービスへの活用を考えるときには、データ分析者だけではなく、ビジネス担当者とシステム担当者の3者で協力することが必要。

#### [AI の活用事例]

- 海外のカンファレンスなどに参加すると、データ活用・テクノロジーの活用は多岐にわたっている。
- 例えば、ウェブサイト上で支持されている写真はどれかを AI が高速で対比するものや、サッカー選手の行動を評価するもの、人間的な感覚を養うような AI を研究するものなどが見られる。

#### [不動産領域での AI 活用事例]

- 不動産領域というのは、テクノロジーが全然使われていない分野と非常に使われている分野が入り混じっており、今後テクノロジーにより業界が変革していくと思われる。
- 識別という観点では、画像認識やおとり広告検知など、予測という観点では集客予測やマッチング広告など、また実行という観点では、コンテンツ生成やクレーム処理などが考えられる。

#### [SUUMO での取り組み]

- まず、サイト UX（ユーザーエクスペリエンス）の改善を行っている。顧客の物件検索に応じてその人が好みそうな物件を表示するなど、顧客を分類し UI（ユーザーインターフェース）の出し分けを行う。
- 次に、マーケティングとして出店戦略や広告戦略に活用している。最寄り駅の検索数や商業施設の有無等により出店の可否を判断したり、バナー広告のクリック数や問合せ件数から広告枠の確保などを検討する。
- 最後に、新しい取り組みとして、顧客とのチャットのログから来店確率を予測するというようなことも行っている。

### 3. 質疑応答、議論

- AI サービスの信頼性とユーザーへの情報提供について  
→例えば AI の価格査定が納得できるかは、その説明性が問題になる。どのような過程を経てその価格を導き出したのかをどうやって AI に説明させるかは今後の課題であろう。
- 不動産テック関連のサービスがいろいろ登場してきているが、ビジネスとして確

立しそうなものはどれか。あるいは現状うまくワークしているものは。  
→これはまだ何とも言えない。

以 上