

不動産事業者とIT企業をつなぐひろげる

不動産テック.BIZ

住宅新報別冊

Real Estate Technology

2023.8

Vol.9



Webサイトに訪問



離脱時にポップアップを表示



LINE公式アカウントへ遷移し友だち追加



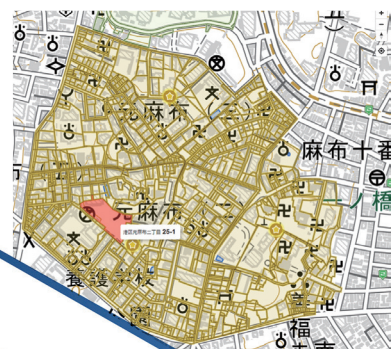
診断を通じて悩みをヒアリング



資料請求・予約

テクノロジーが明確にした 不動産業務の課題と解決策

不動産CFは
新市場を構築するか



AI技術で期待される
登記関連業務の効率化と高度化

テック企業&不動産業界関係者が
現在と未来を語る

DX推進で何が変わったか?

基準を満たしたリノベーションで
「良質な住まい」に「2つの安心」が得られます。



全宅管理に入会するなら今年度がチャンスです!!

- チャンスその1** 宅建協会新入会員応援プロジェクト
宅建協会に新規入会された会員が、入会日から1年以内に本会に入会すると▶
- チャンスその2** 全宅管理サポーター制度
今年度中に全宅管理会員からの紹介状と一緒に入会申込書を提出すると▶
- チャンスその3** 登録業者サポートプラン
国土交通省「賃貸住宅管理業登録制度」に登録済みの宅建協会会員は▶

入会金
無料

利用されています、全宅管理!

無料のインターネットセミナー

講座数※ | アクセス数
常時**700**以上 | 月間**2,000**超
※賃貸住宅管理法をテーマにしたセミナーも公開中!

クラウド型賃貸管理ソフト「ReDocS」

300社超が導入

クラウド型賃貸仲介・管理ソフト「ES いい物件One」

全国3万以上の仲介拠点を利用-イタンジBB
web内見やIT重説が可能-オンライン内見
振込事務効率化とコストダウン-セゾンスマート
賃料査定・空室対策提案ツール「参謀くん」
月2回の情報提供-メールマガジン

◎入会金:20,000円 ◎年会費:24,000円(2,000円[月額]×12ヶ月)

「住まう」に、寄りそう。
全宅管理

(一社) **全国賃貸不動産管理業協会**

〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-6-3 全宅連会館

全宅管理

検索

<https://chinkan.jp>

不動産事業者とIT企業をつなぐ ひろげる

住宅新報 別冊 不動産テック.BIZ

CONTENTS

2 特別鼎談①

進化するデジタルマーケティング 新たな顧客接点の手法とは

株式会社フージャースコーポレーション 事業統括本部 事業開発部 事業開発課 課長 井上 晃嘉 氏
アエラホーム株式会社 CSR部 部長 大森 幹郎 氏
株式会社ZEALS チャットコマース事業本部 不動産局 エグゼクティブアカウントプランナー
宇田 篤史 氏

6 特別鼎談②

デジタル化で不動産流通の ビジネスモデルが再構築される

GOKEN株式会社 代表取締役CEO 和田 浩明 氏
株式会社エスクロー・エージェント・ジャパン 代表取締役社長 成宮 正一郎 氏
野村不動産ソリューションズ株式会社 執行役員経営企画部長 林 陽平 氏

10 対談

不動産クラウドファンディングは 不動産の新たな市場を広げる

グロース・パートナーズ株式会社 代表取締役社長 松井 晴彦 氏
株式会社ワイズホールディングス 不動産特定共同事業部 マネージャー 陳 善豪 氏

12 User's Voice

国認定の不動産取引に特化した 電子契約サービスだから心強い

株式会社アイダ設計 用地開発部 部長 松沢 信幸 氏
株式会社PICK 執行役員 営業統括部長 阿部 幸平 氏

不動産×IT

14 営業支援

ネット地図上で情報が可視化できる 地図型営業支援ツールに新たな機能

株式会社ネットデータ 取締役 山本 淳志 氏

16 仲介業務支援

社会課題の解決策となる登記所備付地図データ

株式会社NTTデータ デジタルビジネスソリューション事業部 LBS担当 課長 中園 慎一 氏

広告掲載・配本などに関する お問い合わせ

株式会社住宅新報
〒105-0001
東京都港区虎ノ門3-11-15
SVAX TTビル
TEL:03(6403)7820
FAX:03(6403)7825
<https://www.jutaku-s.com/>

『不動産テック.BIZ』のご利用方法

企業に問い合わせる場合は……



企業データの見方

資料請求

商品の詳しい資料やカタログを取り寄せることができます。

無料相談

費用、設置工期などの詳細を担当者に相談することができます。

無料見積もり

企業に見積もり依頼をすることができます。

①お電話で直接問い合わせをする場合はコチラから

[sample]

お電話で
お問い合わせ 086-245-9696

info@netdata.co.jp

スマートフォン・タブレット端末はコチラ➡



②メールで直接問い合わせをする場合はコチラから

③WEBページを確認後、問い合わせをする場合はコチラから



詳細の
事例記事は
こちら

井上 晃嘉氏

株式会社フージャースコーポレーション
事業統括本部 事業開発部 事業開発課 課長

大森 幹郎氏

アエラホーム株式会社
CSR部 部長

宇田 篤史氏

株式会社ZEALS
チャットコマース事業本部
不動産局 エグゼクティブアカウントプランナー

進化するデジタルマーケティング 新たな顧客接点の手法とは

デジタル時代の到来により、不動産業界におけるマーケティングが変革期を迎えている。オンライン上での顧客接点に有効な策として注目される「チャットコマース®」というサービスを展開する企業と導入企業2社に話を聞いた。

**進むデジタル化
課題は99%のユーザー離脱**

——不動産業界のマーケティングの現状をどのようにとらえていますか。

大森 一昔前に比べると、デジタルマーケティングがかなり浸透してきていると感じています。チラシや街頭看板といったアナログ広告はかけた予算に対する費用対効果が確認しにくい。ため現在は、ウェブサイトやGoogle、Yahoo!のリスティング広告、不動産ポータルサイト、SNSなどを中心に活用しています。これらは、反響を数値で確認することができ改善と実行を回しやすい仕組みになっており、現在ではデジタルマーケティングが当社集客施策の9割ほどを占めています。

井上 フージャースも、自社のウェブサイトで集客とSNS活用には力を入れています。きっかけは、コロナ禍の時に開始したYouTubeでした。当初「本当に集客できるのか」「若年層にしか見られないのではないか」と懐疑的だったのですが、「来場前にYouTube動画を

参考にした」というお客様がいらつしゃったんです。ここからチームも組成して強化していきました。

大森 当社も、自社のウェブサイトで集客には課題感を持っていました。アナリティクスを見ると、99%のユーザーが、一度ウェブサイトに訪れても反響に至っていないことがわかっていたのです。一度は当社に興味を持ってサイトを訪れたにもか



アエラホーム様のフロー図

かわらず、9割以上のお客様をみすみす逃している現状を打破したいと考えていました。

宇田 同様のご相談は、不動産業界に限らず金融、通信、教育、自動車などさまざまな業界からいただきました。アエラホーム様で起きていたことを分解して考えると、アエラホームに興味を持つお客様が広告をクリックして、ウェブサイトを訪れても、トップページにあるビジュアルなどを眺めただけで、資料請求や来場予約などのアクションを起こさずにサイトを離れてしまう、いわゆる離脱ユーザーが9割以上存在しているということになります。

大森 営業担当からは、購入意欲の高いお客様を来場予約に結びつけてほしいとの声が上がるので、ウェブサイトに訪れたお客様にいかに自社のことをアピールできるか考えていました。

井上 近年、個人情報保護の観点からサードパーティクッキーの規制も強化されているため、追いかけて引きとめることは難しいです。離脱ユーザーに対する中長期的な顧客接点をどうするか考えていた時に紹介

されたのがジールス社の「チャットコマース®」でした。

LINE 活用の鍵は 双方向のやりとり

——チャットコマースとはどのようなサービスでしょうか。

宇田 チャットコマースとは、LINEなどのチャットアプリ上でチャットボット（自動会話システム）とお客様がオンラインで対話しながら商品の購入や予約申し込みができるソリューションです。フィジヤス様に提供しているチャットコマースを例に説明すると次のような体験になります。

マンションブランド（DuoVee）のウェブサイトを訪れたお客様が、離脱しようとした時にポップアップを表示し、LINE公式アカウントの「友だち」追加を促す。追加すると、チャットボットが簡単な質問を投げかけ、回答内容に基づく診断結果が出て、資料請求や来場予約ができる仕組みになっています。

井上 従来のLINE公式アカウントは、一方的に情報をお届けするこ

としかできず、運用工数もかかるので業界の中でもあまり活用されていない印象がありますが、チャットコマースであれば「どういう家に住みたいですか」「重視するポイントは何ですか」などとお客様に問いかけ、回答に合わせた提案をすることができます。ブランドや物件に対するお客様理解も深まった状態で、資料請求や来場予約に結びついているため、購入意欲の高いお客様がいらつしゃる傾向にあります。昨年冬から今年の春にかけてわずか4カ月間の実績で、チャットコマース経由で成約に至ったお客様が7件という成果も出ています。

宇田 国内のユーザー数が9500万人に達しているLINEは、老若男女が利用するチャットアプリです。実際に、両社のアカウントのユーザー属性を見ると20代〜50代を中心に登録いただいていますし、ターゲットにきちんと訴求できている手応えがありますね。

大森 当社も、チャットコマースを導入して約半年が経ちますが反響数は右肩上がりです。また友だち追加した後、8割のユーザー



井上 晃嘉氏

1985年、大阪府出身。2008年、株式会社フージャースコーポレーション入社。営業責任者～マーケティング責任者を経て、現在、新規事業開発、新プロジェクト開発などグループ横断で行う事業開発部に所属。

「デジタルマーケティングは手段 自社ブランドの強みを最大限に生かす」

は5日以内に資料請求や来場予約に至るのですが、残りの2割のユーザーはしばらく経ってから資料請求や来場予約をしていることがわかりました。一番リードタイムが長かったユーザーは、友だち追加から102日後という実績が出ており驚きました。お客様との中長期に及ぶ接客体験や、建築事例のご紹介などが功を奏すのかと思います。

宇田 検討期間が長い不動産商材は、まずお客様のニーズや不安を理解し、

お客様のニーズに合わせて継続的に情報をお届けすることが何より大切だと考えています。お客様がいざ「展示場に行ってみたい」「話を聞いてみたい」となったタイミングで各社様のことを1番に想起していただくきっかけを提供できているのではないかと思います。

井上 当社はブランドごとにアカウントを開設しているのですが、1つの物件だけではなく、同一エリアの物件をお客様に提案することも可能

です。富裕層の方であれば、不動産価値の高いエリアで購入したいというニーズにも対応できたりするため、チャットコマースのカバー範囲は非常に広いとらえています。

「餅は餅屋」 失敗しないパートナーの選び方

大森 チャットコマースですが、初期費用がかからないためリスクなく始められたこと、LINE公式アカウントの運用を全てジールス社に任せられることも評価しています。

宇田 チャットコマースは、導入費用や月額システム使用料などをいただいておらず、成果報酬で提供しています。両社で成果単価を設定し、資料請求1件獲得につき報酬をいただくビジネスモデルです。

また、LINE公式アカウントのクリエイティブや会話設計についても、企画から制作まで専属のチームが担っています。弊社の強みでもある会話設計のプロ、コミュニケーションデザイナーという職種のメンバーが約80名在籍しており、不動産専門のチームを組成しています。

井上 自社でマーケティング部門の体制を整えることも選択肢の1つですが、日々の業務と並行しながら新たなスキルを習得することは難しいものがあります。その道のプロを頼りながら、仕組み化していくことがデジタルマーケティングを成功させる1つのポイントだと思っています。

プロを選ぶ上では、大切なお客様との接点を生み出す機会だからこそ、運用体制や質、実績の面でも安心して任せられるかどうかを見極める必要があります。コストパフォーマンス重視のサービスも存在しますが、当社では成果を出すことはもちろん、新たなアイデアを形にできるパートナーに伴走していただきたいと考えています。直近、ChatGPTを活用したチャットコマースの取り組みもさせていただいており、今後が楽しみです。

大森 そうですね。ジールス社は大型の資金調達もされていますし、主な投資先はプロダクト開発と伺っています。グローバル展開もされており、国内において一番知見があることは間違いないので、今後もさまざまなご提案をいただきたいです。



大森 幹郎氏

1976年、埼玉県出身。人材派遣会社の広告部門にて集客業務に従事。2016年、アエラホームへ入社。新規出店の店舗開発業務を経て、デジタルでの集客強化のため現CSR部へ異動。デジタル主体の集客へ移行を推進、現在はCSR部責任者。

「お客様に第一想起されるブランドづくり」

宇田 各社様が弊社と同じように運用を行うとなると、人的コストもかなり大変だと思います。

今後は、新規獲得だけでなくLTVへの貢献等（リフォームや住み替え需要など）サポートできる範囲を拡大させていただくつもりです。不動産業界の企業様の導入も増えてきておりますし、業界ならではの「接客モデル」を確立できるよう引き続きよろしく願います。

蓄積されたデータを最大限活用顧客とのタッチポイントを増やす

——最後に、今後の展望をお聞かせください。

大森 デジタルマーケティングの潮流は日々変化しています。ジールス社のようなパートナー企業から情報を集めつつ、自社でも実績に繋がる取り組みをどんどん仕掛けていきたいです。

また、チャットコマースで収集で

「不動産業界における新たな接客モデルをチャットコマースで」



宇田 篤史氏

1983年、東京都出身。2005年より光通信にて法人向けセールスを経験。その後、エンタメ業界で集客マーケティング支援を行う。2018年、ZEALSに入社。チャットコマースの立ち上げから事業拡大、新規事業開発に従事。現在は、不動産局の責任者を務める。

きたユーザー情報を元に、ターゲットを絞り、住宅購入を検討している方とのタッチポイントをできるだけ増やす取り組みをしたいと考えています。

井上 デジタルマーケティングは、あくまで手段だということを踏まえておくべきだと思います。大事なのは自社のブランドのポジションをきちんと確立しておくこと。そのためには、商品の強みは何か、分かりやすくアピールできるものは何か、きちんと言語化しておく必要があります。その上で、さまざまな媒体を網

羅して顕在層と潜在層へのアプローチを両輪で回し、盤石な体制を整えていきたいです。

宇田 日本全体の人口が減少していく中、各社様は自社ブランドの強化や他社との差別化が必要になると考えています。経営戦略や年間計画をご共有いただき、各社様の事業に貢献できる提案を行ってまいります。

お客様にとって、一生に一度かもしれないお買い物の意思決定に関わる以上、心をこめて携わりたいと思っています。

株式会社エスクローエージェント・ジャパン 代表取締役社長

成宮正一郎氏

GOKEN株式会社代表取締役CEO

和田浩明氏

野村不動産ソリューションズ株式会社
執行役員経営企画部長

林陽平氏

特別鼎談2

デジタル化で不動産流通の ビジネスモデルが再構築される

不動産売買 DXX※プラットフォーム『Release (リリース)』。その開発・運営を手がける GOKEN と、同社と業務提携する2社が、不動産流通における売買取引のデジタル化や、ビジネスモデルの再構築について語り合った。

現在の不動産市場は
新築から中古住宅にシフト

— それぞれ事業内容をお話してください。

和田 弊社は不動産会社様が手がける取引で、その契約・決済から先の手続きを効率化するためのITソリューション『Release (リリース) シリーズ』などを提供している不動産テック企業になります。昨年からは展開している不動産売買特化型の電子契約・契約書管理サービス『リリース電子契約』に続き、今年5月には『リリース本人確認』をリリースし、現在は不動産売買手続き全体のプラットフォーム化を目指して、サービスアップデートの開発に取り組んでいます。

林 そのGOKENさんと1年前から業務提携させていただいております野村不動産ソリューションズです。野村不動産グループの中で不動産流通ビジネスを行っています。

成宮 弊社はキャッシュレス・非対面決済サービス『HOURS (アローズ)』を運営しているエスクローエージェント・ジャパン(EAJ)です。不動産取引に関する手

続きのDX化などに取り組んでいます。今年3月からGOKENさんと業務提携を始めました。

— 鼎談のテーマでもある「不動産流通の課題とデジタル化、ビジネスモデルの再構築」についてどのような考えをお持ちですか。

林 不動産仲介業務に直接携わっている弊社からお話しさせていただきますが、現在の住宅購入の動向としては、新築の供給の減少とストックされてきている住宅の拡大から、お客様の選択肢が以前と比べて中古住宅へも広がってきています。

その中古住宅ですが、新築マンションなどに比べて一戸一戸内容が異なるため、お客様は他と比べて、「価格は妥当か」とか「設備は経年劣化していないか」といったことに不安を持たれるかもしれません。我々はそれに対して情報提供し、説明しますが、仲介業者は全国に十数万社ありますので、情報には大きな差が出てきます。その点をクリアにしていければ、お客様がライフスタイルに合わせて、より納得して安心して住み替えができる環境が、整えられると考えています。そういう意味で言いますと、デジタル化に

※DXX: Digital Experience Transformationの略。デジタル化を通じて「体験」をより良くするという強い想いを込めた造語。

よって物件情報の精度が上がることは、仲介事業者による提案の質の向上や均一化につながり、これからの顧客に当たるデジタル世代の情報収集もしやすくなりますし、また、不動産会社がそういう世代と接点やコミュニケーションを取る上でも便利になります。それによって住み替え頻度が上がれば、デジタルを活用したビジネスモデルの再構築は我々の業界の目指すべきところと言えます。

和田 林さんのお話にあるように、不動産市場の中心が新築から中古にシフトしていることを考えると、その中古市場にどのように流動性を持たせていくか、そこにどんなビジネスチャンスを見つけていくか、今後業界全体がますます問われていくと思います。例えば物件の取引を終えても、そこでお客様との付き合いを終わらせないといったことも、非常に重要になります。

その中でデジタルをどう取り入れていくかですが、まず、お客様が求めるサービスレベルに存在するデジタル施策は、当たり前のものとして提供していかなければならないでしょう。例えば「書類はファイルですいつでも見れるようにしておいてほ

しい」「問い合わせは電話だけでなくLINEでもしたい」といった類のものが考えられます。お客様が望むもの、より満足度を高めるものは競争力にも跳ね返ってきますので、それに向き合ってサービスをアップグレードしていくことは非常に重要なことです。加えて、サービスをデジタル化することでしつかりしたデータやお客様とのつながりが残り、会社としての資産にもなります。会社としてお客様と長く接点を継続すること、デジタルはとても相性がいいんです。

プラットフォームとして 様々なデータを集積

成宮 住宅市況や顧客接点について



プロフィール

日鉄興和不動産株式会社で経営企画、CVC運営、DX推進、広報などに従事。その後2022年2月にGOGENを創業し、代表取締役CEOに就任。

は、お二人が語られたので、私は手続きの面からお話しさせていただきます。不動産業界は、今まさにデジタル化などの変化に向けてスタートラインに立っていると感じています。宅建業法が改正され、重説の書面交付義務がなくなり、デジタル庁などが国を挙げて行政手続きのオンライン化を進めています。

その一方で、不動産取引の現場では、各企業が様々な仕組みを採り入れているため非常に煩雑で使いにくいという声も上がっています。例えば片手仲介の場合、A社とB社のシステムが異なると電子契約が使えないということもあります。今は様々なテックサービスが生まれて広がっていますが、各サービスが縦割りで分断してしまっている状況でもあります。その解決策として、業界標準のプラットフォームを造り、共同運用していく運営母体のようなものが必要ではないかと感じています。

和田 まさに『レリーズ』は不動産売買に特化し、まさにそのプラットフォームを目指しています。『レリーズ』内で行う手続きだけでなく、他のサービスも接続して顧客情報や物件情報など様々な手続きやデータを『レリーズ』に集約していくことで、不動産会社様は『レリーズ』上で各種手続きをワンストップで完了させることができます。成宮さんがお話ししたように、関連手続きのサービスと連携することで売買手続きのハブとなり、業務のメインで使っていただけのようなものを提供していきたいと考えています。

林 GOGENさんのプラットフォーム構想には期待しています。営業の現場では先ほど申し上げたとおり、中古住宅は一戸一戸が価格も書類もスケジュールも違いますから、営業担当はその一戸ずつで生じた多岐にわたる作業をマンパワーでこなしています。それがデジタルによって情報整理されて一元化できれば、だいぶ労力のカットになるでしょう。

「不動産売買に特化した プラットフォームを目指す」(和田氏)



プロフィール

エスクロー・エージェント・ジャパンにて2021年に代表取締役社長就任。関係会社の株式会社サムボローニアの社長を兼務。

「縦割りの仕組みを解消し 一つの窓口で様々な手続きを」(成宮氏)

よ」とか、「住宅ローンはどうでしたか」とか。あるいは、連絡をきっかけに、お客様がアクションを起こして売却の相談をしてくるなど、そういったことが生まれるかもしれません。

『アワーズ』と連携し リリース1本で完了

——GOGENとEAJは業務提携されています。

また、引き渡し以降も「顧客マイページ」のようなデジタルを活用して様々な情報が集積されていくコミュニケーション方法を構築すること、お客様の行動やタイミングに合わせて多彩なサービスを提供しやすくなります。中古住宅の仲介は個人間の売買なので、今までは引き渡し後に業者が関与することがほとんどありませんでした。それが、様々なデータを持つことで、お客様に新しいアプローチが容易になるわけです。

和田 3年後に「お困りことはないですか」とコミュニケーションを取ったとして、その時、集積したデータがあるのとないないのでは全く違うと思います。「マイページにお宅の最新の査定データがあります

イメージとしては、『リリース』をご利用されている場合は、いつ誰がどんな不動産を購入して、それがいつ引き渡されるのか、いつ決済が行われるのかといったデータや、実際の契約書データがすでに存在して

います。これらは、『アワーズ』で手続き時にも必要な情報なのですが、今は不動産会社の担当者は個々のシステムに情報入力やデータのアップロードが必要です。システム連携させることでこうした手間は省かれます。お客様から『アワーズ』を利用する同意を取得することも必要なのですが、それもマイページ内で完結させる考えです。

この連携をしっかりと組むことができれば、『リリース』も『アワーズ』もご活用いただいている不動産会社様の業務はかなり効率化できますし、お客様も複数のシステムで確認したり、バラバラな手続きをしたりせずに『リリース』1本で取引を完了させることができます。これまでシステムが増えることを懸念されていた不動産会社様にもよりご利用いただけるかと思っています。

成宮 弊社としても、この連携は、前に申し上げた縦割りの課題を解決する試みとして意義あるものと考えています。

システムごとに情報を打ち込むといった煩わしさがなく、一度入力したデータだけで進捗でき、『リリース』での契約が締結されたことがクラウド上で確認できれば、『アワーズ』を使ってキャッシュレスでリアルタイムに送金することができそうです。送金は土日夜間でも可能ですし、決済日には、売主様、買主様、仲介業者様などが集まる必要ありません。非対面決済は事前に確認作業をしておくので、決済日には確実に決済でき、印鑑や書類を間違えて決済が遅れる、できなくなるといったことがありません。これは営業担当者様の心理的ストレスをかなり軽減させると思います。また、決済までのプロセスを可視化し、窓口ひとつで様々な手続きができるようにしたいと思っていますので、お客様にとっても安心感やストレス軽減につながると思います。

取引全体のデジタル化を どうデザインしていくか

——目指すべきDXのあり方など不動産業界の今後について、どのように考えていますか。

林 中古住宅の流通活性化は、国策に近いテーマになっていると私は理解しています。そこに我々はどう貢献できるか、新たなビジネスチャンスを見いだせるか。それには、お客様の信頼と安心をキーワードに、デジタルを活用した情報発信、コミュニケーション、そしてマーケットの透明性が必要でしょう。

今後は一社一社というよりも不動産会社が横に連携してつながり、不動産テック企業と一丸となって、不動産流通の活性化に取り組んでいく。そうすればお客様が本当に納得できるような住み替えがもっと増えていくと思います。

和田 私は、デジタル上でのお客様との接点、つまりタッチポイントはお客様との関係をより密にする土台だと考えています。それによって不動産会社様は、お客様がより求めるサービスを提供することが可能になり、お客様の不動産会社様に対する信頼性も育てていく。

これからの不動産業界についてですが、そこにはやはり考え方や取り組み方を変えていかなければならないこともあるでしょう。それをDX

という言葉で捉えるならば、単なるデジタル化や業務効率化にとどまらない、顧客体験を視野に入れた新しい取り組みや変革というものが間違いない存在するということです。

それには痛みや苦勞を伴うこともあると思います。既存の業務を変えたくない、なるべく従来のものを使いたいという思いは否定されるものではなく、当たり前のことですが、では、「どこを痛めるのか」「どこを攻めるのか」ということも考えていかないと、真の変革につながらないのではないのでしょうか。

成宮 デジタル化は目的ではなく手段です。弊社は非対面決済をうたっているのです、よく「会ったらダメなんですか」と聞かれます。しかし、それは手続きのためだけに会うこと

をやめましょうという意味であって、お客様の困り事や不安などに関しては、ゆつくりと時間を取り、対面で丁寧にコミュニケーションを取ることで解決できることもあるでしょう。それが顧客満足度の向上につながるのだと思います。

不動産流通の先進国であるアメリカでは、手続きのほとんどがデジタル化されています。効率化された仕組みがお客様との接点を増やし、積極的にフォローする営業担当者ほどオフアワーが多いと聞きます。アメリカは不動産流通の分野では、日本の30年先をいっていると言われますが、そのアメリカでさえもお客様との接点・コミュニケーションを大事にしています。

日本でもこれから先、非対面でできること、対面でなければできないことを明確にして、お客様との直接的な時間の確保に努めることが大切だと思います。

和田 当社は、単に『レリーズ』を使って契約や本人確認のデジタル化を普及させていくといったところに、重きを置いていません。もちろんサービス品質には手を抜かず磨きをかけています。ただ、電子契約やデジタル本人確認を一つの手段として位置づけ、顧客目線も含めた取引全体の最適化をデザインし、どのようにアップデートしていくかということを一番に考えていることで、やりたいことです。そういう会社はまだそんなに多くないと感じています。そこに弊社の強みがあるのだからとも認識しています。

求められるものと、必要であろうものをリードして作っていくという、その両方を我々はやっていきたい。どちらかだけでも素晴らしいし、大変なことではあります。でもあえてその両方にチャレンジし、「こうなればもっと良くなるよね」というところのお手伝いができる会社になればと思います。

プロフィール
1991年入社。営業現場やウェブサイト運営部署などを経て経営企画部へ。現在、社内のDX推進プロジェクト「デジタルビジネス・ラボ」の主幹を務める。

「デジタルで利便性、透明性を増し
安心した住み替えができるように」(林氏)



クラウドファンディングの ITプラットフォーム

——ワイズホールディングスが手がける不動産クラウドファンディングが順調ですね。

陳 「利回り不動産」と言います。物件の購入に必要な多額の資金を小口化して、少額・短期間で出資できるようにした、一口1万円からの不動産投資サービスです。システム構築、運営にはグローシップさんの『CrowdShip Funding』を採用させていただきました。

松井 『CrowdShip Funding』

は投資型クラウドファンディングを行うためのITプラットフォームです。投資物件のファンドの組成から投資家の募集、配当、償還金を払うところまでの一連の管理を担うシステムとなっています。

陳 弊社がこの事業を始めたのは2020年で、これまでに44ファンドを立ち上げました。調達金額は今期が約23億円を見込み、来期は50億円、3年後には100億円を予定しています。これからどんどん伸びる業態なんじゃないでしょうか。

プロフィール
IT、ビジネスコンサルティング業務に30年以上従事。2016年同社創業。40社以上の投資型クラウドファンディング事業を支援。

松井 そうですね。市場は今年

1千億円近くの規模になり、今後数年で数千億円規模になるのではないかと予想しています。日本人は不動産を信頼していますから、不動産クラウドファンディングの認知が進めば、他のものに投資していた方や今まで貯蓄だけだった一般の方にも広く活用されるようになると思います。

何せ以前のように借り入れなどせず余剰金で投資ができるようになったのです。これは17年に不動産特定共同事業法が改正され、インターネットを通じて個人投資家が少額でも不動産物件に出資できるようになったからですが、ワイズさんはかなり早い段階でこの事業の許認可を取り、参入されましたね。

陳 はい。弊社はホテル用地やレジ

デンスの開発事業などを行っていますが、ホテルが飽和状態になってきた19年から新規事業を検討し始め、コロナ禍を機に踏み出しました。ただ、最初に開発をお願いしたシステム会社だと費用が2億から3億円かかるのと分かり、新規事業にそれほど投下できないと思案する中、グローシップさんとの出会い、コストが10分の1で済むと知りました。デザインなども柔軟に対応していただけるということをお願いした次第です。

談

グローシップ・パートナーズ株式会社
代表取締役社長

松井 晴彦氏

ファンディングは 市場を広げる

ら不動産物件に出資できる「不動産クラウドが増える今、システム構築から運営まで支援者と、実際に事業を展開しているワイズホール状や将来性などを聞いた。

対

株式会社ワイズホールディングス
不動産特定共同事業部 マネージャー

陳 善豪氏

不動産クラウド 不動産の新たな

個人投資家がインターネットを介して少額かファンディング」。その事業化に取り組む会社しているグローシップ・パートナーズの代表ルディングスの担当者に、事例をベースに現

魅力あるファンドが
新しい市場を大きくする

松井 システム開発は人件費の塊な

ので、分業する従来の手法だとコストがかかります。それを当社は、業界の知見や法律の知識がある者がプログラミングまで一人でこなします。また、新しいフレームワークなど最新の技術も使う。そうすると圧倒的に生産性が上げられます。

陳 テクノロジーの話で言いますと、

この3、4年で不動産業界にも電子

化の波が一気に押し寄せました。弊

社も不動産クラウドファンディング事業に関しては、当初からデジタルマーケティングを採り入れています。

広告費は、雑誌など計測できないものには出しません。アフィリエイト

ターやインフルエンサーを起用し、

こういった方がどの系統から入ってきて、実際に口座開設までいったのかどうか全て分かりますので、そ

れを分析しながら事業展開しているのが弊社の強みと言えます。

松井 当初から言えば、ワイズコ

インの仕組みもありますね。

陳 ええ。ワイズコインは「利回り

不動産」の利用で発生するポイント

です。今は投資に使ったりAmazon

ギフト券に交換できたりしますが、将来的には他のサービスとも提

携しますし、一番は、ワイズコインを使用して投資物件に宿泊したり食

事したりできるようにすることです。

リゾート物件も扱っているので楽し

プロフィール
台湾生まれ日本育ち。政府観光局や経済産業省の顧問を経て、同社では不動産クラウドファンディングのPR、マーケティングを担当。



んでいたかと思う。

松井 最新のファンドは沖縄・古宇利島のリゾート開発でした。

陳 そうです。そして間もなくス

タートするファンドが京都の古民家再生プロジェクトです。台湾の著名建築家が率いる襲園グループと、

京都の地元の工務店と組んで、再

建築不可物件の保護や地域振興などを目指しています。これは社会

貢献に近いものです。

松井 クラウドファンディングに投

資しようという人にとっては、そういう物件ですごく魅力的なんじゃ

ないでしょうか。そして、そういつ

た訴求力によって多くの投資家が集まり、この新しい市場が拡大すると、

今度は事業者同士やサイト同士をつ

なげたり、物件の募集をシェアしたりする、バーチャルな巨大なマー

ケットができるかもしれません。大きな構想ですが、それぐらいポテン

シャルのある市場だと思っています。

User's Voice Real Estate Technology

株式会社アイダ設計 用地開発部 部長
松沢 信幸氏

国認定の不動産取引に特化した 電子契約サービスだから心強い

2022年5月、改正宅地建物取引業法の施行により不動産取引の電子契約が可能となり、実務に採り入れる事業者も増えてきた。ハウスメーカーのアイダ設計は、用地開発部がDX改革の一環として、不動産取引特化型電子契約サービス『PICKFORM（ピックフォーム）』を導入した。松沢信幸部長は初めて電子契約を扱った際、「大きなメリットを実感した」と語る。

プロフィール

1969年、埼玉県生まれ。2級建築士。都内の設計事務所を経て、1993年3月、株式会社アイダ設計に入社。

知らずに宅建業法違反に
ならない仕組みに安心感

——『PICKFORM』導入の経緯をお聞かせください。

きっかけは取引先からの依頼でした。土地を購入する際、仲介業者さんを通して売主様から「ぜひ電子契約を利用してください」という話があり、紹介されたのが『PICKFORM』だったのです。開発会社のPICKさんから説明を受け、うちの部署にも採り入れてみようと考えました。DX改革を推進する中で、電子契約に関してもそろそろ始めなければというタイミングでしたので、——導入の決め手となった点は何だったのでしょうか。

不動産取引に特化している点です。電子契約を用いる場合、不動産事業者は、新しい宅建業法と国土交通省が出した実施マニュアルに従って運用しなければなりません。『PICKFORM』はそれに完全対応し、さらに国内で唯一の国土交通省大臣認定の電子契約サービスということことで、安心感を覚えました。

例えば宅建業法では、契約の前に

35条書面、契約後に37条書面の交付・署名となりますが、順番が逆だと業法違反を問われる可能性があります。電子契約では誰が何時何分にサインしたかという履歴が残るので後で言い訳ができない。でも『PICKFORM』にはそれを防ぐ仕組みがあり、うっかり見落としてしまうといったミスがないのです。

——電子契約のメリットをどのように感じていますか。

いろいろあります。まず契約の締結時ですが、紙の場合は売主や買主、仲介業者など数人が複数の書類に署名・押印することが必要です。しかし電子契約の場合は、オンライン上の一部の書類に皆さんが電子署名するだけなので、作業はとても簡単かつスムーズになりました。

また、電子文書なのでペーパーレスという利点もあります。紙の使用量が大幅に減り、同時に手間がかなり削減されました。契約には多くの書類を要しますが、紙だとそれをコピーして製本したり、ホチキスの針を外してスキャンしたり、加えて書類の郵送もあって、これには日数もかかります。弊社には全国に92店舗

の販売拠点があり、そこで取引される用地案件の最終的な書類を作り押印するのは私の部署なので、その郵送でのやりとりは大変でした。

でも電子契約ならこういった作業がパソコンなどでできてしまう。書類の保管もそうです。紙だと弊社の場合は倉庫を設けていますが、電子データならサーバーの中で管理できます。さらに、電子契約は印紙代がかからないというのもポイントが高いですね。私の部署では月に六、七十万円の印紙代が発生しますから、それが軽減できるのは大きいです。

使用してみると社内では「簡単で便利」という感想

—— 導入の際、社員の反応はどうでしたか。

やはり、難しそうという先入観があったと思います。しかし、作業してみると本当に簡単で、若い人は早々に慣れたようです。私も最初の電子契約ではPICKさんの担当者に手伝っていただき、すぐにその便利さを実感して不安もなくなりました。

—— 取引先の反応も教えてください。最初にこちらから「電子契約で行



『PICKFORM』はスマホで書類にアクセスできるので、どこにいても内容を確認でき、承認行為も可能です。帰社するまで待っていてといったことがないんです」

いたのですが」と申し出ます。そこでお断りされたら無理強いはいしません、紙の契約に進めます。ただ、電子契約の利点を説明すると「やってみようかな」という方もいらつしやいます。印紙代が互いにかからないというのはインパクトがありますし、労力や用紙代などのコストダウンも図れますから。それにデジタルが苦手な年配の方でも、一度慣れると継続して利用されますね。

ただ一つ、電子契約にして心配だったことがあります。取引先銀行の対応です。融資を受けるなどに電子文書でいいのかとお尋ねしたら、

問題ないということでした。

—— 電子契約に変更したことで間接的な変化は生まれましたか。

時間的な余裕が生まれたことです。そのため契約書をしっかりと確認するようになりました。以前はそうではなかったというわけではないのですが、現場ごとの特記事項や注意点に、より目を向けるようになったということです。また、契約が早く終わるので取引先と別のビジネスの話をすることもあります。そこから新

不動産取引の実務者が開発しさらに「使いやすいもの」を目指す

弊社代表の普家は、もともと不動産取引の実務に就いておりました。そこで痛感した「無駄をなくしたい、効率化したい」という思いから生まれたのが『PICKFORM』です。一緒に開発を担ったスタッフも不動産業界出身者で、電子契約に関する法律や宅建業法に精通した各専門の顧問弁護士も携わっております。代表の普家自身が、元々パソコンが苦手だったこともあり、『PICKFORM』をよりシンプルで使いやすく、現場にフィットしたものにしたいという考えです。今後もユーザーの要望を反映していくと共に、例えば契約書自動作成やフォルダの格納・共有の増強など、新機能も盛り込む予定です。



執行役員 営業統括部長
阿部 幸平氏

株式会社PICK

電話: 03-6206-0322

メール: info@pick.tokyo

住所: 東京都目黒区三田1-5-13

クリオ恵比寿式番館

受付: 月曜～金曜 10:00～19:00

HP: <https://pick-hp.com/>

対象エリア: 全国

資料請求は
こちら



たな仕事につながるといいのですが。それに何より、社員にも時間的なゆとりができたのではないのでしょうか。

—— 電子契約の活用に意欲的です。ビジョン等あればお話しください。

電子契約を行った割合は最初の1カ月間が約20%でした。それを80%ぐらいまで上げたいです。また、弊社の土木部やリフォーム課といった部署が『PICKFORM』に興味を示しています。社内的にも有益な活用が広がればいいと思っています。

営業支援

株式会社ネットデータ

ネット地図上で情報が可視化できる 地図型営業支援ツールに新たな機能

岡山に本社を構える株式会社ネットデータが開発した土地付け営業支援ツール『土地バンク』。指定した条件をもとにネット地図上に土地や物件情報、学区などが表示できる好評のツールだが、今年、新たに「公図」機能が実装された。『土地バンク』の概要を含め、同社取締役の山本淳志氏に話を聞いた。



取締役
山本 淳志氏

住宅営業の質を高める 地図型の営業支援ツール

——御社の事業概要を教えてください。

ネットデータは、岡山県にある不動産会社、ウェブハウスのシステム部門がスピニングする形で誕生しました。設立当初は、システム販売などは行っておらず、賃貸物件へのインターネット導入などを手がけていました。アパートなどにネット回線を引き、入居者が無料もしくは低価格でインターネットを使えるサービスです。今では当たり前ですが西日本エリアでいち早くスタートさせています。現在は地図型営業DXツール（SaaS）『土地バンク』を中心に、各不動産会社が抱える困りごとを解決するシステムの開発やサービスの提供を行っています。

——御社の主力商品である『土地バンク』が開発された経緯について聞かせてください。

当社代表の松岡がウェブハウスで土地や戸建て住宅の売買仲介の一部を担当すること

になったのがきっかけです。実際に営業の業務に携わってみて、非常に膨大な情報が必要であるにもかかわらず、別々の情報ソースからそのつど集めなければならぬこと、また情報のやりとりが煩雑で非効率であることに気づきました。それらを改善し、効率的に営



『土地バンク』は全国すべての公開データを自動で取り込むほか、地価や坪単価の表示、国税調査の人口統計情報も地図上に表示。

業の業務ができるようにしたいと考え、開発したのが『土地バンク』です。最初は社内用だったので名前もなかったのですが、その後、『土地バンク』として商品化し、ネットデータでさまざまなデータを地図と連携させ、システムとして高度化させてきました。

——『土地バンク』の特徴を教えてください。

ひとりで表現するなら「手間暇かけず、営業の場面で必要になるであろう情報を、地図上で一目瞭然に把握できる」というものです。不動産サイトから全国の公開データを毎日自動で取り込み、それらの情報を 구글マップ上で見ることができるようになっています。例えば、気になる物件を地図上でクリックすれば、その物件に関する情報が吹き出しで表示されるようになっています。

——具体的に『土地バンク』にはどのような機能が実装されているのでしょうか。

価格も含めて土地・物件に関する情報はもちろんのこと、小中学校の学区、用途地域、過去の売却実績など、営業の場面であっ

さにほしい情報をその場で見ることができます。毎年1月に公示される地価公示・過去推移データ、毎年7月に公表される都道府県地価調査も必要に応じて表示することができます。各地域の世帯数や人口推移、津波や地震、洪水などのハザード情報もすぐに表示できるので立地の安全性もその場で確認できます。

また、営業担当同士が情報を共有できるように、社内メモ機能、成約事例もそのつど表示できるようになっています。

さらに、営業便利ツールとして「距離や移動時間がわかる測量ツール」「不動産電車で坪単価などを計算」「金利計算シミュレーション」なども装備しています。

——これがあれば、営業の生産性やクオリティも上げられそうです。

まさにそのとおりです。特に売買仲介の営業は一人前になるのに数年かかると言われていますが、営業に必要な情報が地図上にすべて網羅されているので、新人でもベテラン並みのスピードでお客様にプレゼンが可能です。

土地バンクの最新機能



無償公開となった不動産登記の地図データをもとに土地の区画情報を把握。グーグルマップ上に重ねて表示されるため、利便性も向上。

経験に関係なく、どの営業担当も従来のように細かなことを覚える必要がなくなりますので、より営業部分に特化して話を進めることができるようになります。

——導入事例を教えてください。

土地の売買がメインの不動産会社様のケースですが、従来は土地情報をお客様にいくつかお見せして選択してもらっていたそうです。それが『土地バンク』があれば、その場で豊富な土地情報をお見せすることができるので、お客様と一緒に土地探しをコンサルティングされているそうです。お客様の要望をいろいろヒアリングしながら画面上で一緒に探すことになるので、今ある土地から希望に限りな

金利シミュレーション(営業ツール)



坪単価や金利計算のための計算ツールも実装されている。その場ですぐにローン計算もできてしまう、営業にとって強い味方だ。

く近いところを選んでいただけたらということでも、成約率も高まったそうです。

また、別の不動産会社様では、査定書の内容についてお客様に説明する際、『土地バンク』をご利用いただいています。周辺の類似物件の事例がどれくらいの期間を経ていくらかで成約になったとか、同じエリアで販売中の物件がここ数カ月の間に、どれくらいの価格推移を見せているかなどをその場でお客様に見せることができるので、おのずと査定書の数字に説得力が増し、安心できる会社だと信頼を得ることができているとのこと。

手前みそで恐縮ですが、当社関連会社ウェブハウスのマンション部では『土地バ

不動産会社の困りごとを解決するサービスを提供

——今年になって加わった新機能があるそうですが。

今年前半の『土地バンク』アップデートの目玉は何といっても「公図」機能を新たに実装したこと。『公図』とは地図作成のための基準となる測量法や測量技術に基づいて国や自治体で作成した公的な地図です。いわゆる不動産登記の地図データで、土地の区画情報をつぶさに把握できます。これが1月に無償公開となったのを受けて、今年3月に新たに「公図」機能を実装しました。従来はこの情報を得るためには法務局まで足を運ぶか、専用サイトからPDFをダウンロードする必要がありました。でも、『土地バンク』では、現在公開されているこの公図データが、グーグルマップ上に重ねて表示されます。この新機能が実装されたことでさらに『土地バン

ク』を活用し始めてから、実際に査定から面談まで取り付ける率が高まり、さらにその場合の受託率も7割にアップしたそうです。

なお、2023年3月時点で600社を超える企業様に導入いただいています。おかげさまで大変好評で、営業担当者の研修に「土地バンク利用研修」を組み込んでくださっている企業様も増えてきています。

ク』の利便性が格段に向上したのは間違いありません。

——今後の展開について教えてください。

直近では『土地バンク』で、社内稟議書として使えるような機能も付加できればいいと考えているところです。あとは中長期の目標としていつか『土地バンク』を誰でも自在に活用できるように、プラットフォーム化できたらなと思っています。

なお、ネットデータで『土地バンク』の営業は一人です。営業部門を抱えてしまうと、営業のための開発になってしまうのではないかと懸念があるからです。『土地バンク』を中心に、これからも不動産会社の現場での困りごとを解決するためのツールを作り続けたいと考えています。

ネットデータの問い合わせ先

資料請求

無料相談

無料見積り

お電話で
お問い合わせ

086-245-9696

info@netdata.co.jp

スマートフォン・タブレット端末はコチラ→



※お問い合わせの際には「不動産テック.BIZ」を見たとお伝えください。

株式会社ネットデータ

住所：岡山県岡山市北区辰巳2-108

受付：10:00~18:00

定休日：水曜、第2,3水曜の前日の火曜

HP: https://www.netdata.co.jp/

対象エリア：全国

仲介業務支援

株式会社NTTデータ

社会課題の解決策となる
登記所備付地図データ

住宅地図をクラウド配信する『BizXaaS Map（ビズエクサースマップ）』などを開発してきたNTTデータは、2023年6月から全国エリアを対象に、登記所備付地図データの配信サービスを日本で初めて開始した。具体的な内容と利用メリットを担当者に聞いた。

エリア全体の土地区画を
地図上で把握できるように

— 全国エリアを対象とした「法務省登記所備付地図」の配信サービスが開始されました。まずは、「登記所備付地図」について教えてください。

登記所備付地図は、登記所に備え付けられている土地の区画を明確にすることを目的とした地図です。

これまで「登記所備付地図」は、法務局で証明書の交付を受けるか、登記情報提供サービスでPDFデータを閲覧するしか方法はありませんでした。実際の地図に重ねて見ることができたデータはありませんでした。そんな中、法務省は今年1月23日、G空間情報センターを通じて登記所備付地図データを無償公開しました。それを受けて当社では、このデータを活用するための配信サービスを始めました。

— 配信サービスの詳細を教えてください。公開されている登記所備付地図は、土地の

単位・筆で数えると約1億1000万筆が公共座標系データ、約1億7000万筆が任意座標系データとなっています。公共座標系データは、日本の19カ所の基準点をもとに作成されているので、一般的な地図と重ねやすいのですが、任意座標系データは、明治時代に作成された地図に準ずる図面であり、地図との位置合わせが困難だと言われています。そこでAIを用いた独自の技術によって図形分析を行い、データを加工し、任意座標系データも含め全国網羅的に利用できる点がこのサービスの最大の特徴です。

地図と登記所備付地図データを重ねて利用できることで従来コンテンツではわからなかった土地の地番や形状、境界がわかるものとなっています。地図上での表現だけでなく不動産登記簿を簡単に取得し一元管理・活用するための機能も提供しており、組み合わせることで、登記関連業務の一体的な効率化・高度化が期待されます。

— どのように利用するのでしょうか。

登記所備付地図データ配信サービス

整備前

登記所地図データは測量単位で公開されており、特に任意座標系データは地図上の位置関係を特定するのに労力を要す（元麻布付近の例）



回転、拡大縮小、変形など地図に合わせて加工。パズルのように組み合わせることでデータを合わせる

整備後

エリア全体の土地区画が
地図と紐づけて把握可能

Copyright ©NTT DATA Corporation | 法務省 登記所備付地図データ | © 国土地理院

当社が開発したアプリケーションで利用する方法とAPI連携でご提供する2パターンを用意しています。当社開発のアプリケーション利用であれば迅速な導入が可能となりAPI連携では既存のシステムを容易にアップグレードすることが可能です。

— 今後の展開を教えてください。
ニュースリリースを出して1カ月で約



デジタルビジネス
ソリューション事業部
LBS担当 課長
中園 慎一氏

300件の問い合わせをいただきました。反響は大きいです。先ほどお話しした公共座標系データに関しては無料デモを一般公開させていただいていますので、地図上で土地区画が分かることを体感いただけます。任意座標系データの部分を含めて全国のお客様にご利用いただくことで、本サービスの提供が土地売買の活性化、都市計画の推進、空き家問題の解決など、多くの社会課題解決につながることを私たちも期待しています。

NTT データの問い合わせ先

資料請求

無料相談

無料見積り

お電話で
お問い合わせ **050-5546-9940**

bxmap@std.nttdata.co.jp

スマートフォン・タブレット端末はコチラ▶



※お問い合わせの際には「不動産テック.BIZ」を見たとお伝えください。

株式会社NTTデータ

住 所：東京都江東区豊洲3-3-9
豊洲センタービルアネックス

受 付：10:00～18:00

定休日：土日祝

H P：https://madore.glbs.jp/contents/touki_map.html

対象エリア：全国

最新情報は人脈から。 全住協に入会して業界人脈を広げよう。

新規入会 受付中

協会の目的

住宅及び宅地の供給、流通等に関する事業の発展を図り、良好な住環境の整備を推進し、住宅産業の健全な発展と国民の住生活の向上並びに公共の福祉に寄与することを目的としています。

会員の企業

北は北海道、南は沖縄まで全国の住宅・不動産業者が結集しました。マンション・戸建住宅の建設・分譲、仲介、リフォーム、ビル事業、宅地造成等を始めリゾート事業、再開発・街づくりなど不動産関連のさまざまな分野で活躍しています。

会員へのサポート

情報提供と 協会NEWS

住宅や不動産に関する重要な情報を迅速に提供いたします。

政策提言

会員企業の意見を取りまとめ、関係機関に要望・陳情活動を展開しています。

委員会活動

最新の情報や知識を得られ、経営者同士の交流が深まります。

全住協 いえかるて

協会が運営する住宅履歴システムを低料金で利用できます。

レインズ

(公財)東日本不動産流通機構のサブセンターとして、原則無料で利用できます。

体系化された オリジナル研修

階層別・職種別研修を年30回以上実施。必要な知識を体系的に学べます。



一般
社団法人 **全国住宅産業協会**

〒102-0083 東京都千代田区麹町5-3 麹町中田ビル8階



詳しくは以下までお問合せください

03-3511-0611

営業時間／9:00～17:30 (土・日・祝 休み)

 <https://www.zenjukyō.jp/>

『不動産テック.BIZ』9号

発行日

Issue Date: August, 2023

発行人 Publisher

中野 孝仁／Koji Nakano

株式会社住宅新報 JUTAKU-SHIMPO, INC.

SVAX TT bld.3F, 3-11-15, Toranomon, Minato-ku, Tokyo, Japan

業務執行責任者

Executive Director 原田 俊哉／Toshiya Harada

編集

Chief Editor 中 貴弘／Takahiro Naka

取材協力

坂元 浩二／Koji Sakamoto 佐々木 淳／Jun Sasaki

佐藤 順真／Junma Sato

渡辺 利雅(株式会社案)／Toshimasa Watanabe

佐藤 正市(株式会社案)／Shoichi Sato

いのうえ りえ／Rie Inoue

営業

Sales Manager 渡邊 良郎／Yoshiro Watanabe

石野 秀樹／Hideki Ishino 宮寺 朋之／Tomoyuki Miyadera

小林 和人／Kazuto Kobayashi 鈴木 文規／Fuminori Suzuki

田中 章夫／Akio Tanaka

撮影

Photographer

小沢 朋範／Tomonori Ozawa 小山 昭人(FACE)／Akito Koyama

DTP デザイン

DTP Design ミニスター／Ministar

印刷

Printing

亜細亜印刷／Asia Pritinng Office Corporation

本誌のコンテンツは一部を除き広告(有料)であり、取材先の企業様から提供されている情報を忠実に掲載しています。情報提供の真実性、合法性、安全性、適切性、有用性について、弊社は一切保証しないことをご了承ください。

展示場・モデルハウスへの

来場予約を増やすなら

チャットコマース®
zeals

ぜひ体験デモで
お試しください



専属チームが徹底サポート!

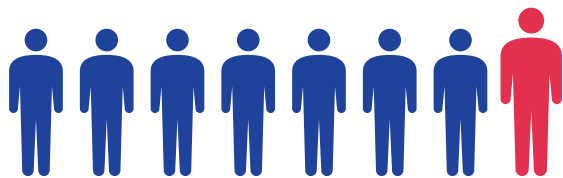
初期費用無料

完全成果報酬

運用工数0



8人に1人が反響獲得!



※導入企業A社の2023年4月～6月実績

媒体別ランキング2位!

- 1位 Google (リスティング)
- 2位 **ZEALS (チャットコマース)**
- 3位 Instagram (SNS)
- 4位 Yahoo! (リスティング)

※導入企業B社の2023年4月～6月実績

不動産業界での導入が拡大中!

お客様の疑問を解消し、
反響獲得に貢献



リノベ不動産 (株式会社WAKUWAKU)
マーケティング部 古沢 仁志様

リノベ不動産
renove fudosan

近年、住まい探しの選択肢に「中古物件を購入し自分好みにリノベーション」を選ぶお客様が増えてきました。それに伴い、自分にリノベーションは向いているのか疑問を持つ方も少なくありません。LINEで気軽にコミュニケーションを取ることで、疑問解消に繋がり、反響獲得の増加が実現できています。



✉ info@zeals.co.jp

住所: 東京都目黒区下目黒 1-8-1 アルコタワー 6F
担当: チャットコマース事業本部 宇田 (うだ)

チャットコマース



<https://chatcommerce.zeals.co.jp/>