

I ー土地活用の大量生産・大量消費時代

I-2 未熟な土地活用マネジメント期

70年続いた不動産大量需要の時代は、
①土地活用情報優先(土地所有探し)
②土地活用マネジメントノウハウは不要
③伝統的な業者一任スタンスで十分
④マネジメントとワーキングは曖昧の方が良い
という状況が続いてきました。

事実、土地活用の専門性は多岐職域(不動産・設計・建設・監理・法務・税務・テナント市場・維持運営管理など)の知識情報(ノウハウ)の必要に気づいても学校にカリキュラムすら存在していません。(いまだにありません)

「土地活用マネジメント」は学問として認知されず業界全体に不要とされてきました。

ところが今日、時代は一変・・・！

大量生産大量消費の時代が終焉し、市場競争大激化時代・・・！、土地活用マネジメントの価値が分かり重要さの切実感が芽生えています。

不動産・建設業界のマーケティングが一番遅れていると言われていています。

土地という原材料が確保できなければ開発も販売もあり得ないため、常に土地の仕入れに目が向き続けてきた特殊事情があるからです。モノ不足の時代が終わりモノが充足すれば自ずと付加価値やモノでないものに価値を求め、必要なモノだけを買う、時にはそれを共有する市場へと進化し続けています。

市場に疎い不動産業界はこの急激な変革に追いつけず市場の多様化と画一的商品提供のギャップに今頃ようやく気づいたようです。土地活用業界の企業が市場戦略を導入しても社会の変革から二回り遅れこれを取り戻すことは至難です。個人の土地活用はさらに難しく社会問題化しそうな危惧すら感じます。