

# Ⅲー土地活用の成否は企画で決まる

## Ⅲ-2 土地活用の市場戦略の進化

土地活用の市場戦略トレンドは、  
モノ市場→コト市場→カチ市場→シェア市場  
→ICT市場(AI・チャットGPT・Society5.0)  
へと進化してきました。

特に商業施設やモールの市場戦略は絶えず先端をいき他の不動産業界との差を見せつけてきました。

ところがコロナ禍とウクライナ戦争や日本の円安などの影響から建設費高騰でROI(投資回収)が上手くいかず、加えて飲食の直販・商品の流通カットによる直販ダメージは大きく、施設産業のマーケティング活動は魔法にかけられたように固まり新しい市場戦略を見つけようともがいています。

ICTマーケティングは施設産業の集客には効果が少なく多次元発想が必要なのでしょう。

また昨今地域貢献を売りとするビジネスが起業されてくるなか、不動産業界(特に施設産業)は、AI・VR・メタバース・Society5.0とは距離がありICT産業側からのアプローチを待っているかのよう見えます。

しかし、マンションの世界にはNTTや富士通のようなITを得意とする企業から、物件VRガイド、ユビキタス、室内画像インテリア及び建物自動管理システム等の多様な提案が生まれ徐々にICTの導入が始まっています。

不動産業界のデータ化が遅れています。商品(建物)評価のデータ化や価格適正化が待たれます。

Well-beingに役立つ居住空間+ICTαのあるマンションが工夫されてきてもよさそうに思われます。

コミュニティ・コアのあるマンションもその一案です。