

Ⅲー土地活用の成否は企画で決まる

●市場戦略トレンド

モノ市場

●マスマーケティング

モノ不足の時代・売手市場
画一品量産化

コト市場

●セグメントマーケティング

モノ充足の時代・買手市場化
時間消費・差別化戦略

カチ市場

●ベネフィットマーケティング

モノ余り時代・買手市場
多様化・個人の価値観で選択

シェア市場

●シェアリングマーケティング

経済合理性の時代・省コスト
所有観念の後退・ものの共有

ICT市場

●ICTマーケティング

VR市場・メタバース市場
DX化・AI化・遠隔操作市場

<アパート・マンション・オフィス・商業店舗>

不動産業界の
マーケティングは
非常に遅れている

マス対象の画一商品
(業者案)

- 人口構造の変化
(人口減少・超高齢化・地方分散)
- 市場の多様化・付加価値化
(価値観・生活様式・働き方・流通改革)
- 社会的価値観の重視
(共有・共生・共栄の価値・SDGs)
- デジタル化(AI化)の進化
(土地活用のDX化・UX化・AI化)
- Society5.0社会