

# 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