

Ⅲー土地活用の成否は企画で決まる

<p>市場競争過剰 (同一業種・業態)</p> <p>↓</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●アパート、マンション、老人ホーム、オフィス、商業店舗、商業施設、クリニック、病院、ホテル、その他・・・画一的な土地活用の過当競争 ●市場競争激化によりマーケティングが強烈に進化、土地活用業界の市場戦略は非常に遅れている ●土地活用業界は抜本変革が必要・・・！
<p>市場環境激変 (生活様式の多様化)</p> <p>↓</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●マスマーケティング ●セグメントマーケティング ●ベネフィットマーケティング ●シェアマーケティング ●ウェルビーイングマーケティング <p>土地活用の市場戦略レベル！</p> <p>価値観多様化(価値観セグメント)</p>
<p>市場価値変位 (人間的価値優先化)</p> <p>↓</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●新自由主義・グローバル化の終焉 ●自然環境破壊・異常気象 ●人種差別や経済格差拡大 ●個の権利増大・コミュニティ価値重視 ●AI・IoT・ChatGPT・テクノロジー進化 <p>幸福人生(Well/beingセグメント)</p>

団塊の世代
しらせ世代
新人類世代
バブル世代
団塊ジュニア
ミニアム世代
さとり世代
ゆとり世代
Z世代
α世代

社会価値観の転換

- ・新哲学・SDGs
- ・コモン・コミュニティ
- ・医療・健康予防
- ・教育・教養
- ・一次産業(スマート化)
- ・DX・AI化・ChatGPT
- ・ロボット化
- ・その他

多次元相乗効果発想

- ・土地所有者メリット
- ・入居者メリット
- ・地域住民メリット

1. 土地活用の環境変革(社会変革により従来市場戦略の限界)
2. 土地活用マネジメントの価値再認識(土地所有者の啓発)
3. 土地活用専門コンサルタント活用(専門家の育成)
4. 不動産業界・建設業界・・・生存の危機(ICT化の遅れ挽回)
5. 土地活用イノベーション(多次元相乗効果の新戦略づくり)