

居住体験の再発明： 箱の産業から、人生 のプラットフォームへ

PropTechとコミュニティが駆動する、
次世代マンション・アパート事業の構造転換

構造変化は不可逆的であり、事業モデルの根本的な再定義を求めている

フロー型（新築）の時代は、コストと人口動態の制約により終焉を迎えている。
ストック活用とLaaS（Living as a Service）が新たな価値の源泉となる。



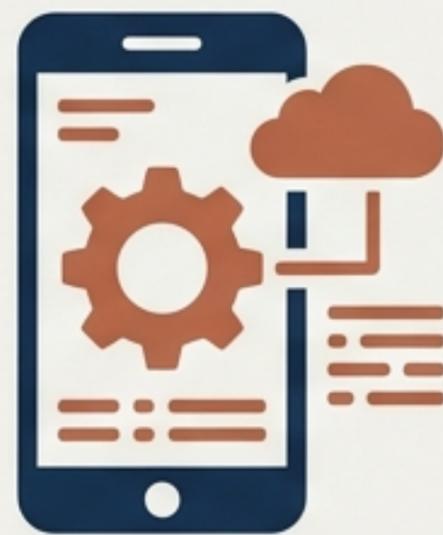
市場の二極化

新築はコスト増により富裕層向けへ。マス層の主戦場は「賃貸・リノベーション」へシフト。



価値の転換

立地・スペック（ハード）から、体験・コミュニティ（ソフト）へ。



技術の役割

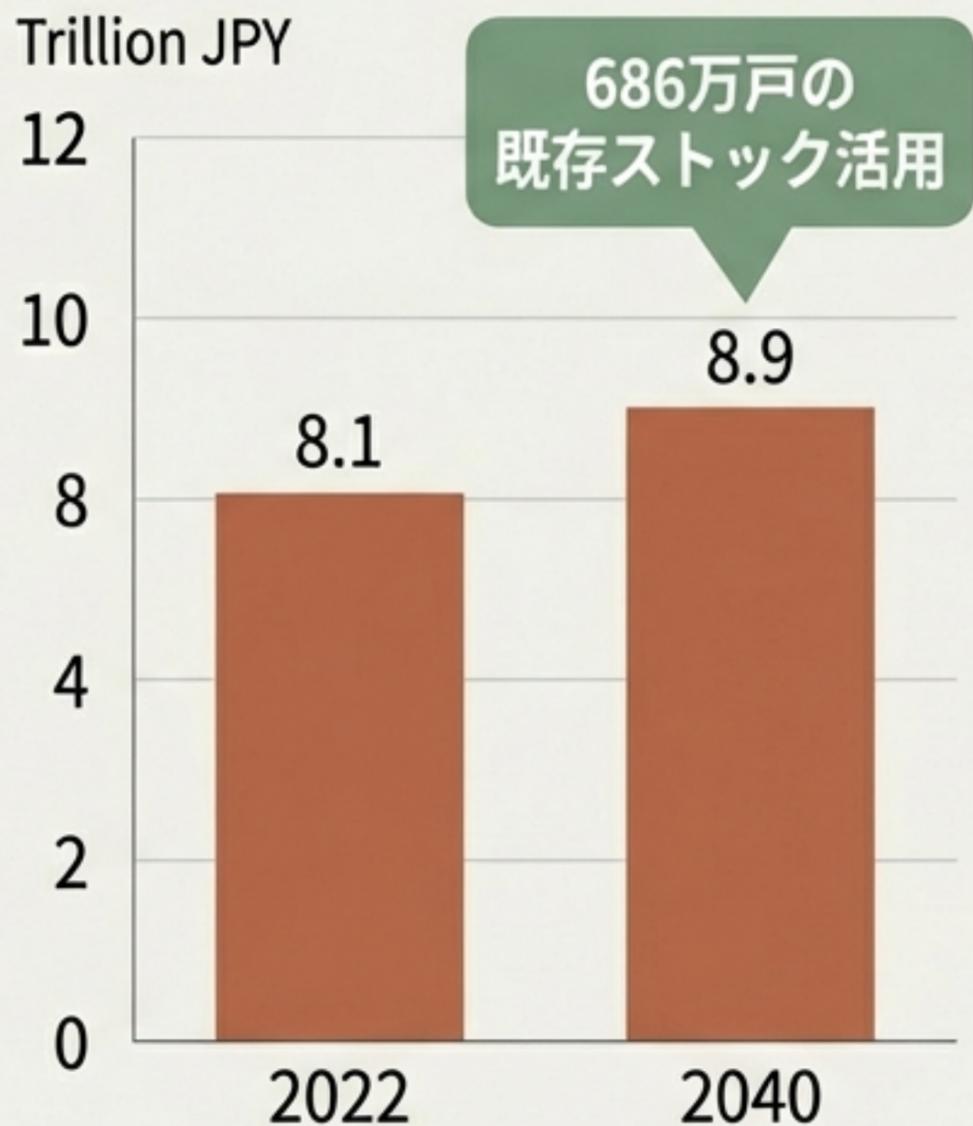
AIとPropTechは効率化ツールではなく、ダイナミックプライシングとLTV最大化のOSである。

「新築・フロー型」の限界と、「ストック・循環型」への主戦場シフト

新設住宅着工戸数予測 (2024-2040)



リフォーム市場規模予測



新築供給と価格の乖離

供給 **6万戸割れ**
2024

価格 **+13%**
東京23区 YoY

一般層にとって新築は
購入不能な水準へ

複合的な外部圧力が、従来の収益モデルを機能不全に追い込む

Political



ZEH-M義務化・優遇税制



管理不全空き家への罰則強化

Environmental



カーボンニュートラル2050

Legal



2024年問題（労働時間規制）

Economic



金利上昇（日銀政策変更）



建設コスト高騰

Social

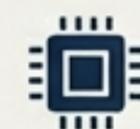


単身世帯の急増
（2030年ピーク）



所有から利用へのシフト

Technological



AI・IoTの実用化

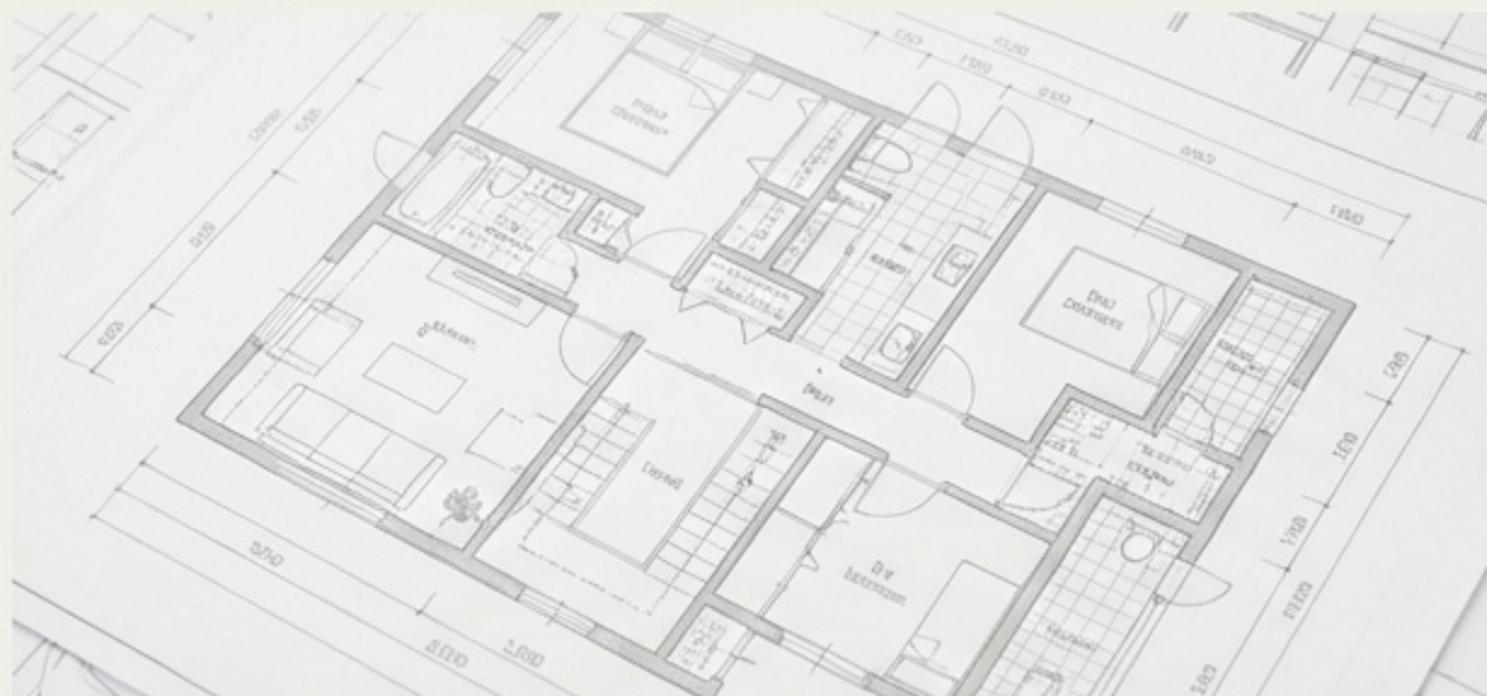


BIM/CIM原則化

収益モデル
の危機
(Business Model
Crisis)

顧客は「空間」ではなく、「時間」と「体験」を買っている

Old Value (Hardware)



- 資産価値
- 駅距離
- 広さ(m²)

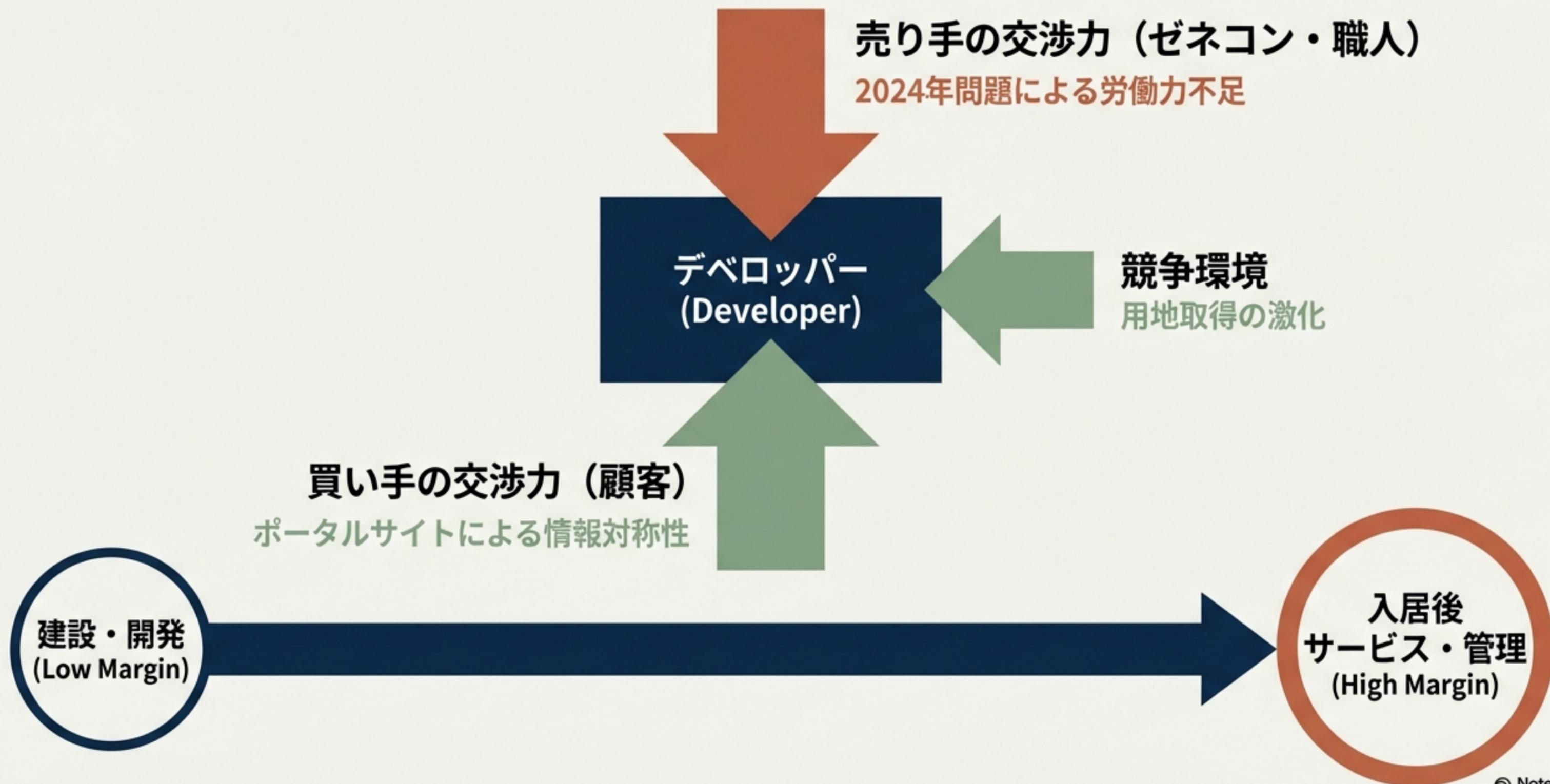
New Value (Software)



- タイパ (Time Performance)
- コミュニティ
- ウェルネス

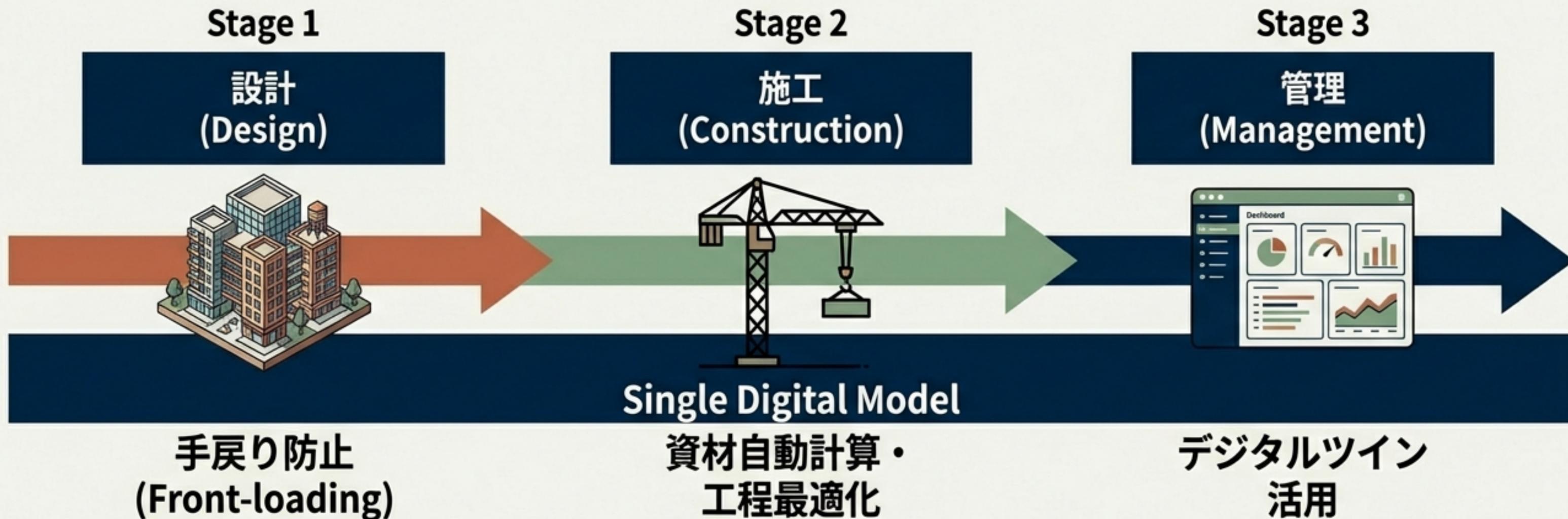
Z世代の68%が「家族と楽しむ時間」をスペックよりも重視
「箱を作る産業」から「時間をデザインする産業」へ

開発マージンの縮小と、バリューチェーン下流への利益プールの移動



建設プロセスのDXは、コスト競争力を維持するための生存要件である

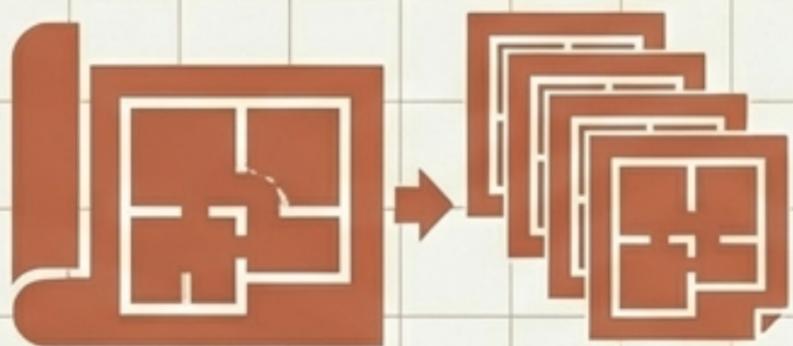
2024年問題により残業規制適用。建設業の生産性は全産業平均を下回る（4,050円/時 vs 5,255円/時）。



発注者から、デジタルデータを統括するプロデューサーへ

AIは「業務効率化」のツールを超え、「意思決定」と「価値創造」の中核へ

Development



Generative Design

数千パターンのプランを自動生成し、収益性を最大化する設計を瞬時に導出。

Sales/Rent



Dynamic Pricing

需給・季節・競合データに基づき、リアルタイムで最適賃料を変動させる。

Management



Predictive Maintenance

IoTセンサーが故障を予知。事後対応から予防保全へ。

「勘と経験」から「データ駆動・確率論」ビジネスへ

LaaS (Living as a Service) : ハードウェア (建物) をOS (アプリ) でハックする



競合ベンチマーク：大手デベロッパーの多角化 vs PropTech企業の破壊的創造

Mitsui Fudosan Residential	Mitsubishi Estate Residence	Daiwa House	GA Technologies
 Focus: ブランド & コミュニティ	 Focus: サステナビリティ	 Focus: 規模 & 賃貸	 Focus: Tech & Disruption Inter
 Key: 三井のすまいLoop	 Key: ZEH-M標準化	 Key: CRE/PRE戦略	 Key: RENOSY (Online Investment)

伝統的企業は「資産」を持つが「俊敏性」に欠ける。
Tech企業は「速度」を持つが「資産」がない。勝者は双方を統合する。

岐路に立つ戦略：我々が選択すべき「第3の道」



ハイブリッド・プラットフォーム戦略：フローとストックの相乗効果



サステナビリティ（ZEH-M）は「コスト」ではなく「資産価値」の源泉である



Finance

Green Loansによる
金利優遇と
資金調達が多様化



Brand

ミレニアル・Z世代の
環境意識への訴求



Asset Value

光熱費削減による
実質賃料メリットと
再販価値の向上

2030年の義務化に先駆け、ZEH-Mを標準仕様化し先行者利益を得る

変革へのロードマップ：基盤構築からエコシステムへの進化



「不動産業」から「ライフデザイン業」へ。新たなDNAの融合



組織課題：不動産のプロ（経験）とデジタル人材（データ）の融合。

データを統合し、コミュニティを育み、サステナビリティを実装することで、我々は単なる箱を作るのではなく、未来の「時間」と「人生」をキュレーションする。