

ユニフィット若手社員が
最新の「バズ」情報を
切り抜くコラム



Column 01



AIで動画広告

昨今、博報堂はとある技術を利用して、動画広告の制作費を10分の1に抑えたというニュースが話題になりました。その、とある技術とは実在する人間の顔や音声データをもとにAIの俳優を作成。その俳優を利用して動画広告を制作するというものです。

この技術を駆使すれば一度顔や音声データを提供すれば動画の種類を何パターンも制作することができ、何度もタレントをブッキングし、撮影しなくてもよいことが大きなメリットになります。仮にこの技術が発達すればアナウンサーや俳優という職業にも影響が出てくる可能性を秘めている技術です。

しかし当然リスクもあり、提供した顔や音声データをどこかで悪用されることも考えられます。例えば、法律違反となる商品の広告に利用されることがあれば顔や音声データの提供者も少なからず影響が出てしまうでしょう。しかも有名な役者のデータを利用し格安で動画を使うことができるとなれば、尚更この問題は顕在化していきます。正しい形でこの技術が活用されるようになるのかは不透明ですが、技術が一般化すれば広告業界にも大きな革新が起るでしょう。



Writer's Voice **マーケティンググループ 大山恭平**
自分たちの制作している広告に本物の女優・俳優さんを各メディアで手軽に展開できるようになるとプロモーション提案の幅が大きく広がるニュースだと感じました。

Column 02



自宅で夏の風物詩

少し前までは活動派だった私ですが、最近は暑すぎてクーラーをガンガンにした部屋に引きこもっています(笑)

前回もおうち時間を充実させるためのものを紹介させていただきましたが第2弾!! SNSでお盆期間中に話題になっていたものをご紹介します。

なにかというと「おうち縁日」です。特にSNSやYouTubeでも小さなお子様がいるファミリー層が多く実施しておりました。



名前の通りお家の中でプチ縁日を催すものです。

昨年、外出自粛でお祭りや花火大会など軒並み中止となってしまっており、今年も自粛ムードが続いておりましたが子供たちにも夏のイベントの楽しさを味わってほしいと感じる方が多かったのでしょうか。

ご家庭によってすだれを使った飾りつけをしていたり、縁日で見かけるゲームや食べ物など用意したりと工夫次第で色々なパターンを楽しめそうです。

まだまだ終わりが見えない、自粛期間ですが、そんな状況だからこそ、今年の夏にしかできない「おうち時間」をたっぷり楽しむ過ごし方をご家族で探してみたいかがでしょうか?



Writer's Voice **マーケティンググループ 荒木歩美**
今回ご紹介した「おうち縁日」は、お友達同士でも懐かしい気持ちになれますし、SNS映えもできて楽しそうですね!今年の夏は自宅に引きこもっても、もっともっと充実させられる夏にしたいです!

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

株式会社ユニフィットでは、持続可能な環境貢献・会社づくりを目指してSDGsに取り組んでいます。



MARKET ANGLE in LIVING MAIL

発行元/株式会社 ユニフィット [マーケティンググループ×クリエイティブグループ]
〒160-0022 新宿区新宿5-13-9 太平洋不動産新宿ビル2F
TEL.03-5362-7451 (代表) FAX.03-5362-7452 編集/クリエイティブグループ

www.unifit.co.jp

September 2020 MAIL 09

マーケターが市場の動向を切り裂く、インテリジェンス・ペーパー

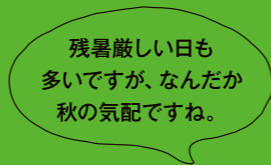
Customers of online negotiations are customers of customers

今、顧客需要が本当に高い共用部とは?

在宅需要が高まる中でマンション共用部が多様化。特に、専用部の「書斎」空間だけではなく、共用のワーキングスペース需要傾向を感じるものの、実際に顧客は必要としているのだろうか。様々な施策が用意される中で、今本当に顧客が必要としている共用部を探る。

ユニフィット若手社員が最新「バズ」情報を切り抜くコラム

Buzz clipping



Unifit

www.unifit.co.jp

TAKE FREE

TREND

バリエーションが増えているものの…

コロナ禍でも需要が高い 共用部とは？

在宅需要が高まる中でマンション共用部が多様化。
特に、専用部の「書斎」空間だけではなく
共用のワーキングスペース需要傾向を感じるものの、
実際に顧客は必要としているのだろうか。
様々な施策が用意される中で、
今本当に顧客が必要としている共用部を探る。



「シティハウス小金井公園（ケース1）」の多彩な共用施設



① ライブラリーラウンジ



④ パーティールーム



⑨ プライベートフォレスト



③ ゲストルーム（和モダン）



⑦ スタディールーム



⑩ ペアレンツサロン（キッズルーム）



③ ゲストルーム（ラグジュアリー）



⑧ ラウンジ



⑪ シャトルバスステーション

マンション共用部の多様化

マンション共用施設の多様化が進みおよそ10年。キッズルームやゲストルーム、ラウンジ、コンシェルジュだけでなく、ミニショップといった新しい設備も出てきている。

特に、コロナ禍のテレワーク需要により、小規模であってもワーキングスペースを取り入れる物件が増えてきているのも最近の特徴だ。

しかし、共用部には元々「必要・不要」がマンション検討者の中でも議論されており、コロナ禍でその議論が新たな局面を迎えている可能性がある。

そこで、実際にコロナ禍で顧客が必要としている共用部はどれなのかを改めて探るため、「共用施設充実」で「販売中」の3物件の話聞いてきた。

実際の声は？

ケース1：シティハウス小金井公園（建設中、販売中）

ケース2：シティテラス小金井公園（竣工済み、完売）

「武蔵小金井」駅最寄りのシティハウス小金井公園は、2020年に発売した、全8棟構成・全740戸の大規模分譲マンション。向かいには小金井公園という東京ドーム17個分の都立公園が立地している。

また、先行事例としてシティハウス小金井公園の隣にシティテラス小金井公園（こちらはフィットネスジム、コンシェルジュサービス、

ミニショップ、DIYルーム、ライブラリーラウンジ等が設置されている）が位置していることからリアルな話が聞けた。

▼ケース1：シティハウス小金井公園 共用部

① ライブラリーラウンジ	⑦ スタディールーム
② ミニショップ	⑧ ラウンジ
③ ゲストルーム（和・ラグジュアリー）	⑨ プライベートフォレスト
④ パーティールーム	⑩ ペアレンツサロン（キッズルーム）
⑤ カーシェアリング専用駐車場	⑪ シャトルバスステーション
⑥ コンシェルジュサービス	⑫ 提供公園

土地規模が大きく、多様な共用部を設置しており、中でもミニショップやプライベートフォレストという他物件にあまり見られない施設や、ライブラリーラウンジで書籍が閲覧できる空間も設置されている。

話を聞くと、スタディールーム（テレワークスペース）の需要は大きいとのこと。シティハウス小金井公園でのスタディールームには半個室・完全個室（有料）があり、必要に応じて使い分けることが出来る仕様になっていることも顧客の支持を集めているようだ。実際、先行事例（シティテラス小金井公園）内のスタディールームは混み合う様子ではないが、利用者はそこそこいるとのことだった。

顧客の声としては、業務内情報が洩れる懸念があり基本的には自宅内での仕事となるが気分転換として利用できる点、静かな環境で会議を行える点等の評価が高かった。また、ゲストルーム・ミニショップについての評価も高い。先行事例（シティテラス小金井公園）共用部の良しあしを見ながらシティハウス小金井公園を計画しており、双方に併設されている施設（ライブラリーラウンジ、スタディールーム、ミニショップ、ゲストルーム等）は需要が高いようであった。

▼ケース3：シティテラス新小岩（建設中、販売中）

「新小岩」駅最寄りのシティテラス新小岩は2021年に販売され、全268戸の大規模分譲マンションである。共用部としては以下の通りだ。

▼ケース3：シティテラス新小岩 共用部

① ペアレンツサロン（キッズルーム）	③ テレワークラウンジ
② サイクルトランク	④ 提供公園

こちらも半個室・完全個室（有料）2パターンのテレワークラウンジが好評とのことだったものの、同様にしてメイン利用にはならない様であった。

また、共用部ではないがIoTシステム（インターホン対応や冷暖房等をスマートフォンから行うことが出来るシステム）の評価も高い。キッズルームについての評価もあるが将来的に

使わなくなった場合や、維持費が高くなってしまふことを懸念される顧客も一定数いるようだ。

需要が高い共用部

3物件に見られたテレワークラウンジは仕事をする上でメインの利用になるわけではないが、実際の需要もあり、特に企業内情報・会議等の理由から完全個室や半個室などのパターンがあるテレワークラウンジ需要が高い。キッズルームについては共用部ならではのメリット（同マンション内の子どもたちが集まったり、ママ友が出来る）があるものの、子どもを持たない世帯や子どもが大きくなった世帯からすれば使用する機会はなくなり、既述した維持費の問題が出てきてしまう。こういったライフスタイルの変化によって使用の有無が変わってくる設備についてはコストと捉えることもできる。共用施設が充実し始めてから10年ほど経過し、様々なバリエーションが出ている中、「維持費問題」に目を向けるユーザーも多くなった。一方で、コロナ禍によるテレワーク推進でワークスペース需要は増加。ワクチン接種が進む欧米では2015年ごろから流行りだし、2019年ごろには下火となっていた「コワーキングスペース」に対するニーズも戻ってきている。バリエーションの増えた共用施設は淘汰され、ワークスペース一択となる可能性も見られる中、今後新たな共用施設が生まれるのか、動向に注目したい。