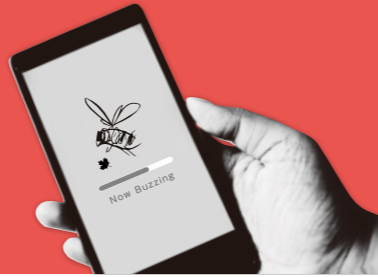


ユニフィット社員が
最新の「バズ」情報を
切り抜くコラム



Column 01



CMも込みで楽しむドラマ

2023年10月期クルールのドラマが続々と最終回を迎えている今日このごろですが、特にここ数年ドラマのキャストが出演しているCMの割合が増えていますよね。

ドラマ出演者が起用されているCMというだけでなく、ドラマと連動した「ドラマ仕立てのCM」それ自体は以前から見かけましたが、いまた急激に増えているように感じます。CMもひとつのコンテンツとして視聴者に受け入れられるような仕掛け、工夫がなされているということなのでしょうが、これには観る側の好みも含めて、巷でも賛否あるようです。個人的にはCMも含めてドラマのストーリーを楽しむという点では、配信にはない地上波ならではの魅力であるように感じています。

また、タイアップCM以外でもドラマのように毎週同じ時間帯に同じストーリー展開から遷移するCMを繰り返し目にする事で、いわゆる「刷り込み」効果が高まり無意識的に記憶に焼き付くという効果があります。CMに限らず日常の様々なシーンで私たちはこの「刷り込み」効果に触れているわけなのですが、それが顕著に現れるのがTVCMであると言えます。wuthコロナ時代は生活様式の変化にあわせて流れるCM業種の偏りが出ていましたが、それが緩やかになったいま、再びTVCMや配信サービスのCMによる「刷り込まれ」時代がはじまっているのかもしれない。



Writer's Voice ビジネス ワタシタレントグループ 内藤 あずさ

「下剋上球児」を毎週楽しみに観ていました！ドラマはもちろん、CM挿入一発目に流れる、福山雅治さんがナレーションをされている日本生命のCMにも毎回癒やされていました。熱い青春物語から一転して福山さんの美声に癒やされていた方も多いのではないでしょうか？

Column 02



じえみにちやいます

Hello everyone!! GoogleのAIモデル「Gemini」がリリースされましたね。ちなみにコレ、読み方は「ジェミニ」が正解らしい。もし「ジェミニ」と行っている人がいたら優しくスマートに「ジェミニですよ」とお伝えしましょう。言い方次第で地獄になるのでお気を付けて。そんなワケでGoogleの既存AI「Bird」兄さんに「ジェミニ」くんについて要約してもらいました。

Geminiは、テキストとコードの両方のデータを学習し、自己学習が可能であるという点で、既存のAIとは大きく異なります。テキストとコードの両方のデータを学習することで、テキストの生成や翻訳、創造的なコンテンツの作成、プログラムの開発やデバッグなど、幅広いタスクをこなすことができます。自己学習が可能であることで、自分で新しい知識やスキルを身につけることができ、常に進化し続けることができます。例えるなら、Geminiを「人間の弟子」と考えるといいでしょう。人間の弟子は、師匠から教えることで、学問や技術を身につけていきます。Geminiも同様に、テキストとコードの膨大なデータから学び、人間のような知能を身につけていきます。また、Geminiは自己学習が可能であるため、自分で課題を解決したり、新しいアイデアを生み出したりして、常に進化し続けることができます。

…なるほど分かったような分からんような。とにかくAIとは仲良くして行った方が良さそうです。「ジェミニ」くんヨロシクね。



▲カッコええ!!



Writer's Voice クリエイティブグループ 中村 具記

友人に誘われてTikTokで20億回再生を突破した曲を持つグループのライブに行きました。例の曲の際、観客がみんな振りこびして改めてTikTokの影響はとんでもないなーと思ったのでした。曲の名前は「すきつ」。オタクでスマイセン。

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。

- 3 気候変動と持続可能な消費
- 5 ジェンダー平等を促進しよう
- 8 働きがいも経済成長も
- 10 人や国の不平等をなくそう
- 12 つくる責任 つかう責任
- 14 海の豊かさを守ろう
- 15 陸の豊かさを守ろう

<MAiL>は食べられなくなったお米を使った紙素材kome-kamiを使用しており、素材の売上の一部がフードロス削減の活動に役立てられます。

Instagramも
随時更新中!



UNIFIT.OFFICIAL

MARKET ANGLE in LIVING MAiL

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

UNIFIT

2024年1月1日 発行
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

January.2024 MAiL 01

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

Approaching DX in the real estate industry

不動産業界のDX化に迫る

DXの導入が遅れていた

不動産業界にスポットをあて、

不動産DXの現状を考察し、

DXを導入する必要性やメリット、

DX化の事例紹介とDX推進に向けた

課題を解説していく。

ユニフィット社員が最新「バズ」情報を切り抜くコラム

Buzz clipping

2024年
新年明けまして
おめでとうございます。

UNIFIT

www.unifit.co.jp

TAKE FREE

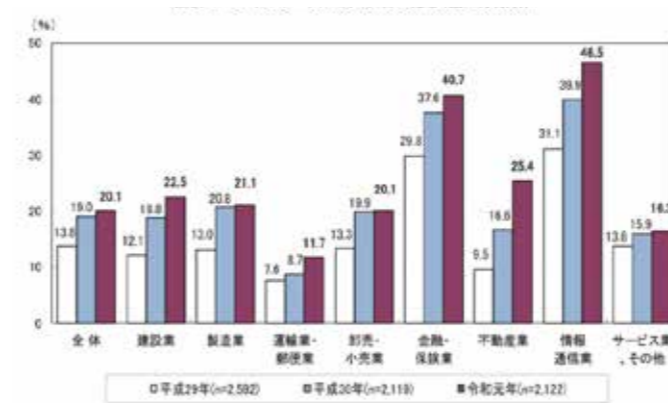
コロナ渦で加速した不動産業界に訪れたDX化の波

不動産業界のDX化に 待ったなし? 高い期待値と 現時点の差とは。

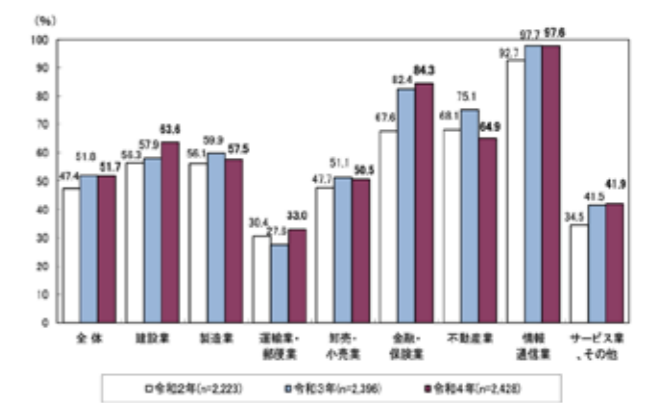
DXの導入が遅れていた不動産業界にスポットをあて、
不動産DXの現状を考察し、DXを導入する必要性やメリット、
DX化の事例紹介とDX推進に向けた課題を解説していく。



■テレワークの導入状況の推移(産業分類別)



令和元年(2019年度)通信利用動向調査報告書 P14より



令和4年(2022年度)通信利用動向調査報告書 P14より

不動産業界とDX

近年、多くの業界や企業でIT化やデジタル技術を駆使した「DX(デジタルトランスフォーメーション)」が推進されているが、コロナ渦を乗り越えた今、不動産業界においてもDX化の波が訪れており、社員の働き方改革だけでなく、モデルハウス見学やマンションの価格査定などこれまででは想像もつかなかった活用が進んでおり、DX導入の遅れは今後、企業の競争力や優位性を確立できない事態を招くと言われていた。本記事では、DXの導入が遅れていた不動産業界にスポットをあて、DXを導入する必要性やメリット、DX化の事例紹介とDX推進に向けた課題を解説していきたい。

不動産DXの現状とは

この数年の不動産業界において最も変容を遂げたのはテレワークの導入状況だ。総務省の「令和元年 通信利用動向調査報告書」によると、2019年時点の不動産業のテレワーク導入状況は25.4%であり、情報通信業や金融・保険業と比べ、半数程度の低水準であったが、最新の「令和4年 通信利用動向調査報告書」における2022年時点の不動産業のテレワーク導入状況では64.9%と3年間で他業界の水準まで急激に加速したことが分かる。このように業界全体においても変革期を迎えている。

しかしながら、不動産DXは、多くの企業で必要性は高く感じられているが、取り組みは進んでいないという。全国賃貸住宅新聞社が行った「不動産業界のDX推進状況調査」では、98.4%の事業者がDXの重要性を認識しながら、実際に取り組みを行っている事業者は31.9%と、必要性を認識している企業の割合と比較して極端に低く、DX推進のニーズは非常に高い一方で、その必要性やメリットの理解が周知されていない現状が浮き彫りになっている。

DXを導入するメリット

不動産業界でDXを推進する必要性はあるのだろうか。不動産DXにおけるメリットを紐解いていく。そもそも不動産DXとは、不動産業界の実務をデジタル化することで、業務改善や顧客満足度の向上につなげる施策であり、この2つがDX化に取り組む最大のメリットとである。現在では当たり前となったWEB会議システムや契約書面の電子化といった業務改善によって、契約書面を郵送または対面で作成することが不要となり、コスト削減を可能とする。また、顧客の立場においても、店舗まで足を運ぶことなく手続きを進められることで場所の制限や移動時間の短縮を可能とし、利便性を高めることで顧客満足度の向上につながるのだ。さらに言えば、オンラインで

重要事項説明を行えるようになることで、来店して説明を受ける時間がない方の日程調整の負担を軽減し、重要事項説明書のデータを残すことでトラブル防止にも役立ち、顧客満足度と従業員の生産性向上に大きく貢献すると期待されている。

DX導入の他社事例

それでは、DXを導入した他社事例を見ていく。社内のデータ管理や契約行為のオンライン化などは、着手している企業が多いため、ここではまだ事案の数少ない取り組みを2つ紹介したい。1つ目は三井不動産が導入した「メタパースモデルハウス見学」である。このシステムは、単にWEB上で新築住宅のCGイメージを見られるだけでなく、営業担当者とメタパース内でコミュニケーションを取ることで、住宅に関する質問をその場で回答を聞くことができ、室内のカラーリングの変更もメタパース内で確認できるため、契約後におけるオプション内容等のミスマッチを防止できる効果を持っている。さらに場所を問わないメタパースだからこそ、遠方に住む家族や、建築に詳しい知人と一緒に見学することも可能となり、満足度の高い見学会となっている。

2つ目に紹介するのは、東急不動産が開発した「マンション価格査定AI」だ。従来のマンション価格査定は、査定担当者が

市場動向と過去の取引事例を参考に自らの経験値を加味して総合的に算出していた。その為、担当者のスキルによって若干の差異が生じやすいことから、社内のチェック体制を確立し品質担保に時間を費やす必要があった。この膨大な業務をAIに任せ、近隣の取引事例や類似性の高い事例をAIが抽出し、価格を算出することで、査定担当者はAIが導き出した査定価格の確認と補正をするのみとなり、年間約15,000時間の業務時間削減を見込んでいる。

不動産DXの課題

不動産業界のDX化を推進するにあたり、課題は3つある。一つ目は、システムの導入前からシステムの運用までに長時間の開発期間と莫大な費用を必要とする為、中小企業においては何らかの国の支援策が無ければ難しいという点。2つ目は、国内全体でIT人材が不足している中で、不動産業界にDX化を推進する人材の確保が深刻な問題とされている点。3つ目は、不動産業界における経営陣のIT技術やDX化に対する理解の遅れが挙げられる。IT人材の不足においては、国や行政区がしっかりと打開策を打ち出してほしいが、経営陣においてはDX化のメリットや必要性を理解し、最優先の課題として取り組むことが求められている。