

ロケーション インテリジェンスと 不動産の未来



不動産の未来はここに

不動産市場は、従来の人気スポットから、世代交代によって生まれた新しい市場まで、さまざまな場所で活況を呈しています。しかし、このチャンスを生かすことは容易ではありません。不動産を売買する人々は、物件をオンラインで閲覧する場合でも直接訪問する場合でも、あるいはその両方で、迅速かつ情報が豊富で、個々のニーズにあったエクスペリエンスを求めています。



ロケーション インテリジェンスとは

このような状況の中心にあるのが、ロケーションインテリジェンスで、地図や、ルートや、場所が顧客と共有する世界を構成しています。社内のデータと組み合わせることで、オンラインとオフラインの世界を橋渡しして運用効率を高め、また個々の顧客に合ったエクスペリエンスを提供することも可能になります。

不動産が直面している 5 つの課題



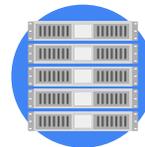
顧客の高まる要望に応える：顧客ごとにカスタマイズされた関連性の高い位置認識機能を備えたエクスペリエンスを提供する。



中小企業が起こす業界秩序の混乱：NPS、売上、配送時間などの主要指標を改善することで、競合他社に先んじる。



複雑化する配達とサプライチェーン：企業と顧客の両方に価値を生み出すためにオペレーションを管理する。



社内の能力：地理空間データを活用するための社内スキルを理解し、維持する。



位置情報に基づいた製品やサービスの提供：消費パターンを把握し潜在的な消費を見極める。



調査内容について

2020年10月、Googleはボストンコンサルティンググループ(BCG)と提携し、主要な5つの業種におけるロケーションインテリジェンスの役割について調査を行いました。米国、英国、シンガポール、インドの500人以上の経営幹部を調査対象とし、事業の発展や顧客へのサービス向上を目的としたマッピングソリューションの展開について、関係40社に詳細なインタビューも行いました。本資料は、このレポートで得られた最も関連性の高い知見をまとめたものです。

まず、不動産業界ではロケーションインテリジェンスが普遍的に受け入れられていることがわかりました。

100%

ロケーションインテリジェンスをビジネスの重要な要素と捉えている割合

99%

今後数年で重要性が増すと見込んでいる割合

ロケーションインテリジェンスの成熟度

41%

48%

12

フォロワー

初期段階にいる企業です。基本的なユースケースの限定的な実装にとどまり、一般的に他社に遅れをとっています。

チャレンジャー

初期の導入効果は得たものの、より強力なロケーションインテリジェンス機能を構築するためにはさらなる努力が必要となる企業です。

リーダー

全体的なロケーションインテリジェンスデータ戦略を持ち、社内ですぐれた能力を有し、より高度なユースケースがある企業です。

フォロワーとリーダーの違い

-1.3×

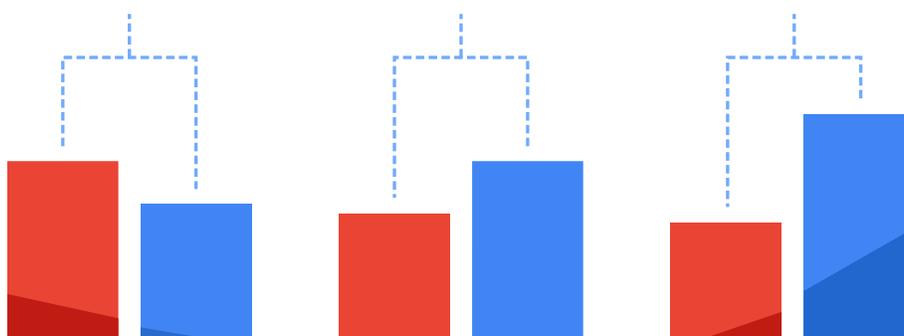
サービス提供までの時間

+1.3×

ウェブサイトに留まる時間

+1.9×

顧客満足度の向上



n = 520

世界の経営幹部が対象



5つの業種

小売、金融サービス、不動産、旅行、運輸



4つの地域

米国、英国、シンガポール、インド



ロケーション インテリジェンスのユースケーストップ 5

これらの活用を念頭に置きながら、BCG がロケーション インテリジェンスの最先端に行く不動産事業者との対話の中で発見した実際の効果を見てみましょう。

1 マーケティング効果の測定

マーケティングは ROI (投資収益率) があるからこそ成り立つものですが、ロケーションインテリジェンスはその ROI を新しい方法で測定することができます。このようにして、あるオンライン不動産マーケットプレイスは、A / B テストを用いて顧客エンゲージメントの変化を追跡しています。



2 顧客の分析とセグメント化

位置情報は買い手とそこに合った物件をよりよく組み合わせることができます。このようにして、ある米国の不動産仲介会社は顧客の位置情報に基づいて最適な物件を選択しています。

3 製品やサービスのカスタマイズ

位置情報は、ビジネスに新たな光を当て、それを洗練させる斬新な方法を示します。ある米国の不動産仲介会社は自宅を早期に現金化したい人に早期購入オプションを提供しています。



4 位置情報の提供

位置情報により、購入希望者は不動産の周辺環境をリアルに把握できます。このようにして、ある英国の不動産マーケットプレイスは地図ベース検索を提供し、通勤にかかる時間で検索結果をランク付けしています。

5 場所のネットワークの最適化

位置情報は、オンラインとオフラインのエクスペリエンスを結びつける役割も果たします。ある世界的な投資銀行は顧客に支店や ATM への行き方に加えて、営業時間やサービス一覧を提供しています。



ロケーション インテリジェンスのリーダーが語る 7つの教訓

500人以上の経営幹部にインタビューした結果、共通して浮かび上がってきたのは、ロケーション インテリジェンスの成功に必要な7つの原則でした。

- 1** まず、全体像を把握することから始めましょう。ロケーション インテリジェンスを活用して、カスタマーエクスペリエンスの向上や運用効率の改善を図る方法について、広く戦略的に考えてみます。
- 2** 先を見越しましょう。地図や地理空間データが中心となって新たな価値提案を可能にする新しいデジタル ビジネスモデルや顧客の要望の変化に備えます。
- 3** 実証することを考えましょう。地理空間データが貢献する価値を体系的に証明します。
- 4** データの専門知識に代わるものはありません。強力なデータ マネジメントとデータ分析の実現に投資しましょう。
- 5** 適切なパートナーがいるかどうかで、大きな違いが生まれます。長期的な能力と信頼関係を重視して、ロケーション インテリジェンスのパートナーを慎重に検討しましょう。
- 6** プライバシーは必須です。顧客の地理空間データを積極的に保護しましょう。
- 7** 最低限必要なものはやはり欠かせません。成熟して当たり前になっている用途も含め、マッピングと地理空間データをベースにしたアプリケーションの基本において卓越しましょう。

ケーススタディ: Homesearch

Homesearch は、Google Maps Platform を使用して地図ベースで不動産情報を提供し、専門家や一般の人々が不動産データをより明確に理解できるようにしています。Homesearch は、英国中の2,880万件にのぼる不動産のプロファイル（240億以上のデータポイント）を利用して、一貫した直感的なインターフェースでさまざまな情報を提供します。膨大な量の情報があるにもかかわらず、Homesearch は

すべての検索の中心に地図を置き、ユーザーが自由に歩き回りながら結果を視覚化し、フィルタリングできるようにしています。「これは、ユーザーがより柔軟でオープンな検索エクスペリエンスを構築するためのものです」と Giles Ellwood は言います。同社は、一般的な地図ソリューションを評価した結果、信頼性、使いやすさ、そして広く親しまれていることから、最終的に Google Maps Platform を選択しました。

“ 私たちは、英国中の数百万件の物件について収集したデータを視覚化し、コンテキスト化できる地図を使った検索ツールを構築したいと考えていました。Google Maps Platform を使えば、ユーザーは必要な情報を素早く、簡単に入手できます。

Giles Ellwood

CEO 兼創業者
Homesearch



Google を選ぶ理由

目標に最も適したロケーションインテリジェンス戦略の策定には長期にわたるプロセスが必要となるため、プラットフォームの選択がより重要となります。

Google Maps Platform は、Google に求めるスケール、パフォーマンス、革新性で構築し、世界中で知られているインターフェースで顧客に提供することができます。

詳しくは、[Google Maps Platform のサイト](#)をご覧ください。



世界中を カバー

2005 年以来、私たちは比類ない規模で地球をマッピングしてきました。世界の 2 億か所を網羅し、1 日あたり 5,000 万回更新しています。



馴染みのある インターフェース

Google マップは、毎月 10 億人以上のユーザーに利用されており、顧客に最も馴染みのあるナビゲーションソリューションとなっています。



スピードと 信頼性

顧客がデジタルライフに求めるスピード、応答性、信頼性を提供します。



イノベーションの パイプライン

Google と一緒に仕事をするということは、絶えず革新し続けるチームの才能を活用するということです。



Google Maps Platform