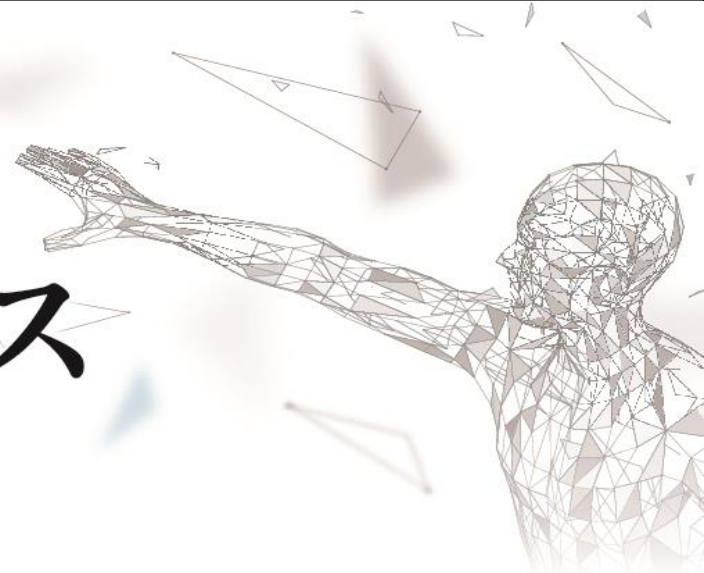


住宅ビジネス フォーラム

2019 SPRING THE HOUSING BUSINESS FORUM

— 2019 —



第1部

10:30 ▶ 12:00

基調講演

経営者が今最も知るべき、業界の“未来”と“打ち手”とは…

2025年においても勝ち切る 経営戦略の要諦



YUKI ISHII 石井 祐季

株式会社 リブ・コンサルティング
コンサルティング事業本部 事業部長

早稲田大学教育学部卒業

月度最優秀表彰 三冠達成 (2014年)

年間最優秀表彰 ジュニアコンサルタントオブザイヤー受賞 (2014年)

コンサルティング・オブザ・アワード セミグランプリ (2015年)

年間最優秀チーム表彰 マネージャーオブザイヤー受賞 (2015年)

年間最優秀チーム表彰 マネージャーオブザイヤー受賞 (2016年)

最年少での事業部長就任 (2017年)



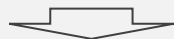
1. はじめに

本フォーラムにおける取り扱いテーマ

大きな流れは変わることなく、より進化・深化をし続け
それに付加するかたちで、新たなトレンドが生まれていく

2017年

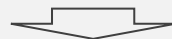
業界を変革する
“4つの時代”



社員から選ばれる
透明性の高い企業

2018年

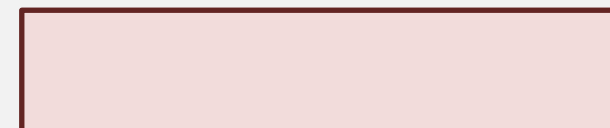
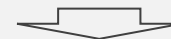
“4つの時代”の中心
としてのテクノロジー



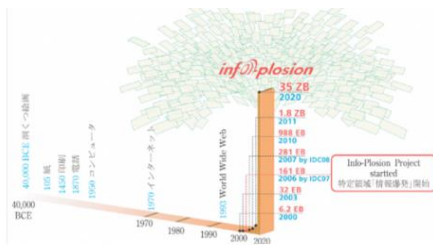
デジタルとリアルの融合

2019年～2020年

分散化
存在意義の問い直し
(幸福への再注目)



2017トピックス:4つの時代



《砂一の時代》

- 情報量の更なる爆発
- 集客格差の拡大
- 新たなメディア探索 (Instagram, Pinterest, Tiktok等)



《透明性の時代》

- 住宅性能表示
- インスペクション強化
- 企業の労働実態提示 (採用ポータル)



《等身大の時代》

- 規格住宅の拡大
- デザインローコスト全盛
- オプションの単純化



《速度の時代》

- ヘッドハンティング強化
- 事業提携の増加
- M&Aプレイヤーの増加 (30億~50億企業も)

2018トピックス：4つの時代の中心としてのテクノロジー

業界の身近な未来を予測するには、デジタルを熟知する必要がある

「砂一の時代」

莫大な情報量により、
情報が顧客に届かない

《WEB・SNS》

「透明性の時代」

会社内部が見える為、
自社の行い・在り方を重要視

《口コミサイト・SNS》

デジタル化

「等身大の時代」

華美・贅沢なものを好まず
身の丈に合った選択を行う

《シェアリング》

「速度の時代」

世の中の変化が激しく、
スピードが競争優位性に

《アクセスビリティ・業界横断》

2018トピックス：デジタルとリアルの融合

「デジタルVSリアル」ではなく、「デジタル×リアル」であることがポイント
人が対面でできる（すべき）ことにフォーカスすべき

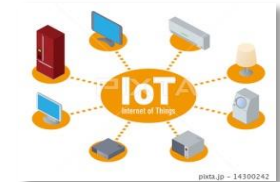
デジタル×リアル	デジタルセールス	リアルセールス
商品説明	視覚・聴覚 論理的な情報	五感体感・手（肌）触り 脱・予定調和（偶発性）
ヒアリング	定量項目・顕在項目 （時期・資金・建築エリア等）	定性項目・潜在項目 顧客の心情把握 （理想の暮らし・購入背景等）
作り手	顔・様子（写真/動画） プロフィール	想い（熱感） 雰囲気

2.産業界全体のトレンド

5大主要技術の頭文字をとった用語 近い将来、全ての産業をBASICが支配する

■ テクノロジーの“BASIC”

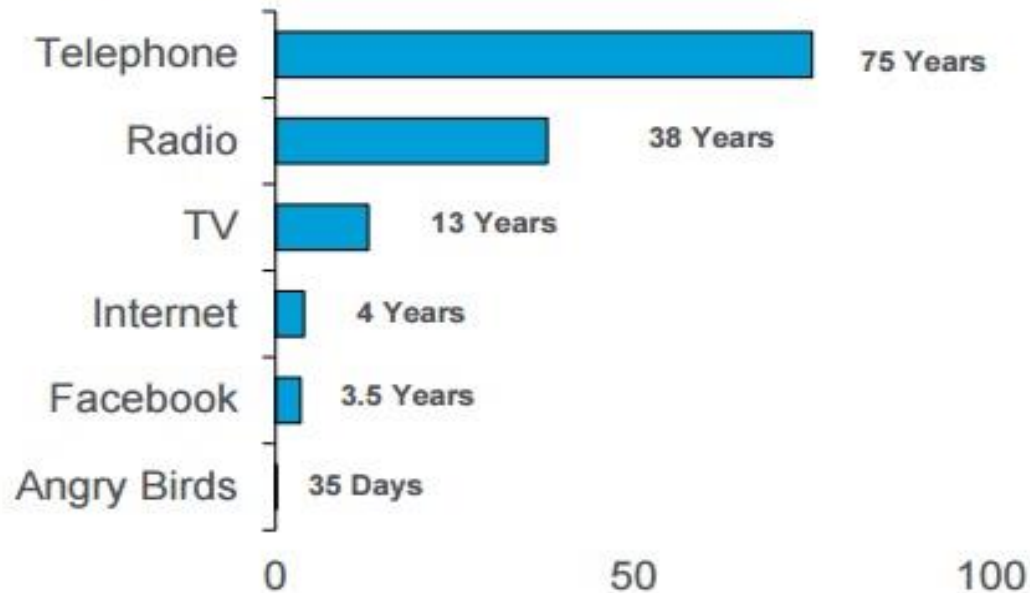
B	Blockchain (ブロックチェーン)
A	AI (人工知能)
S	Security (情報セキュリティ)
I	IoT(モノのインターネット化)
C	Computing(計算・演算)



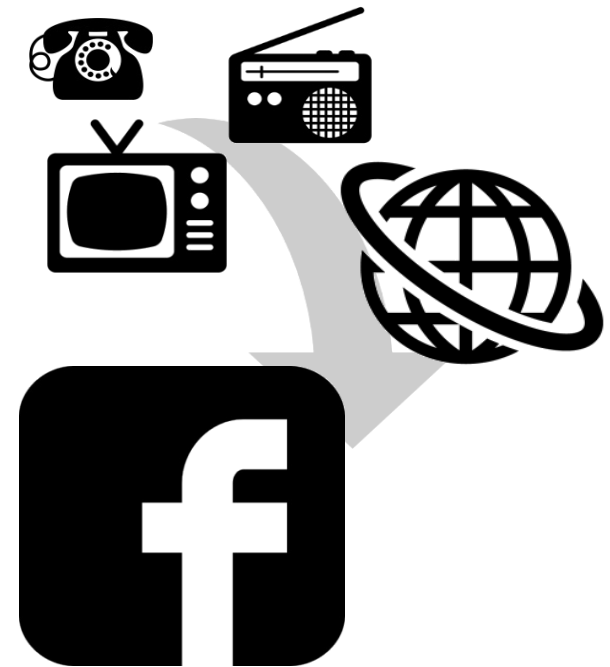
5,000万人に普及するまでに電話が75年、ラジオが38年掛かったのに対し、インターネットは4年、Facebookはわずか3.5年で普及している

■ テクノロジーのスピードの違い

Figure 5. Time to reach 50 million users



Source: Citi Digital Strategy Team



「TECHNOLOGY AT WORK」 (Citi GPS, 2015)

① デジタルとリアルの融合（中国小売の事例）

アリババが目指す姿は、「全人類を対象としたカスタマイズされた体験の提供」
スマホで注文した魚介や果物が3km圏内なら30分以内に届くので、
マンション販売価格に影響

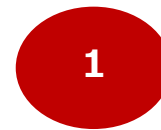
中国EC（小売）最大プレイヤー

デジタル×リアルによる提供価値



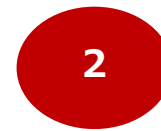
盒马鲜生
(フーマー)

7FRESH
(セブンフレッ
シュ)



エンターテイメント

- リアルでしか提供できない体験価値



ユーザーフレンドリー

- テックを活用した「安全」「速度」「便利」

②産業のSaaS・サブスクリプション化

我々の身の回りのものも、サブスクリプション化している

SaaS/サブスクリプションとは

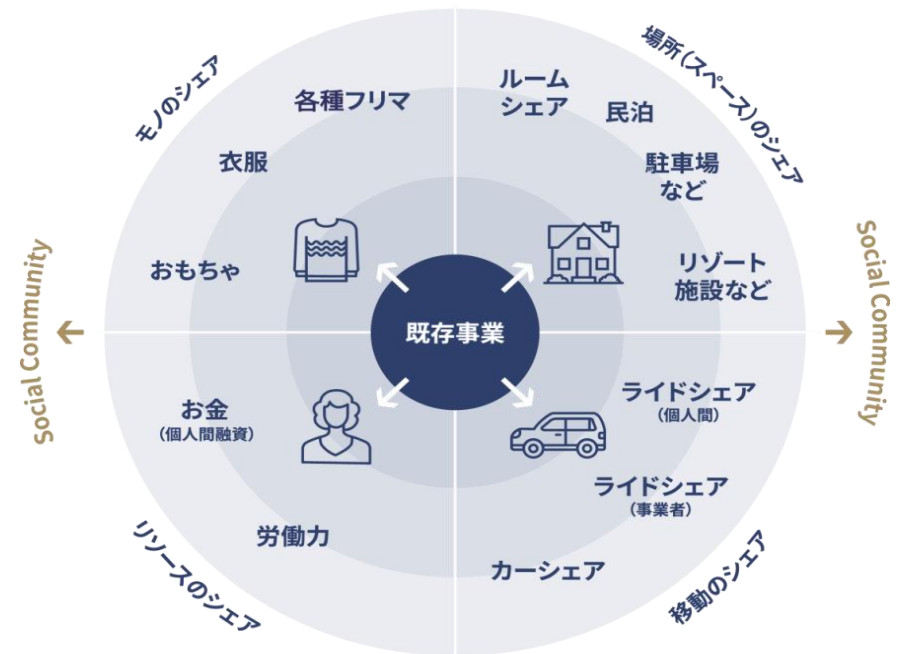
■ SaaS (Software as a Service)

- ・ サービスとしてのソフトウェアの略称
クラウドで提供されるソフトウェアのこと
- ・ 必要な機能を必要な分だけ利用できる為、
サービスや機能を短期間あるいは少量利用可能
価格も上記に応じて可変的である
- ・ 常時最新のソフトウェア機能を利用可能（アップデート）
- ・ 処理数の増減にも対応できる（人数/機能追加）

といった特徴を持つ

上記の特徴から、販売型（売り切り）ではない為、
サブスクリプション型（利用期間に対して対価を支払う方式：定額課金型）をとることになる
その為、顧客が継続的に活用してもらうための
リレーションづくり（**カスタマーサクセス**）が重要

サブスクリプション・サービスに囲まれた暮らし

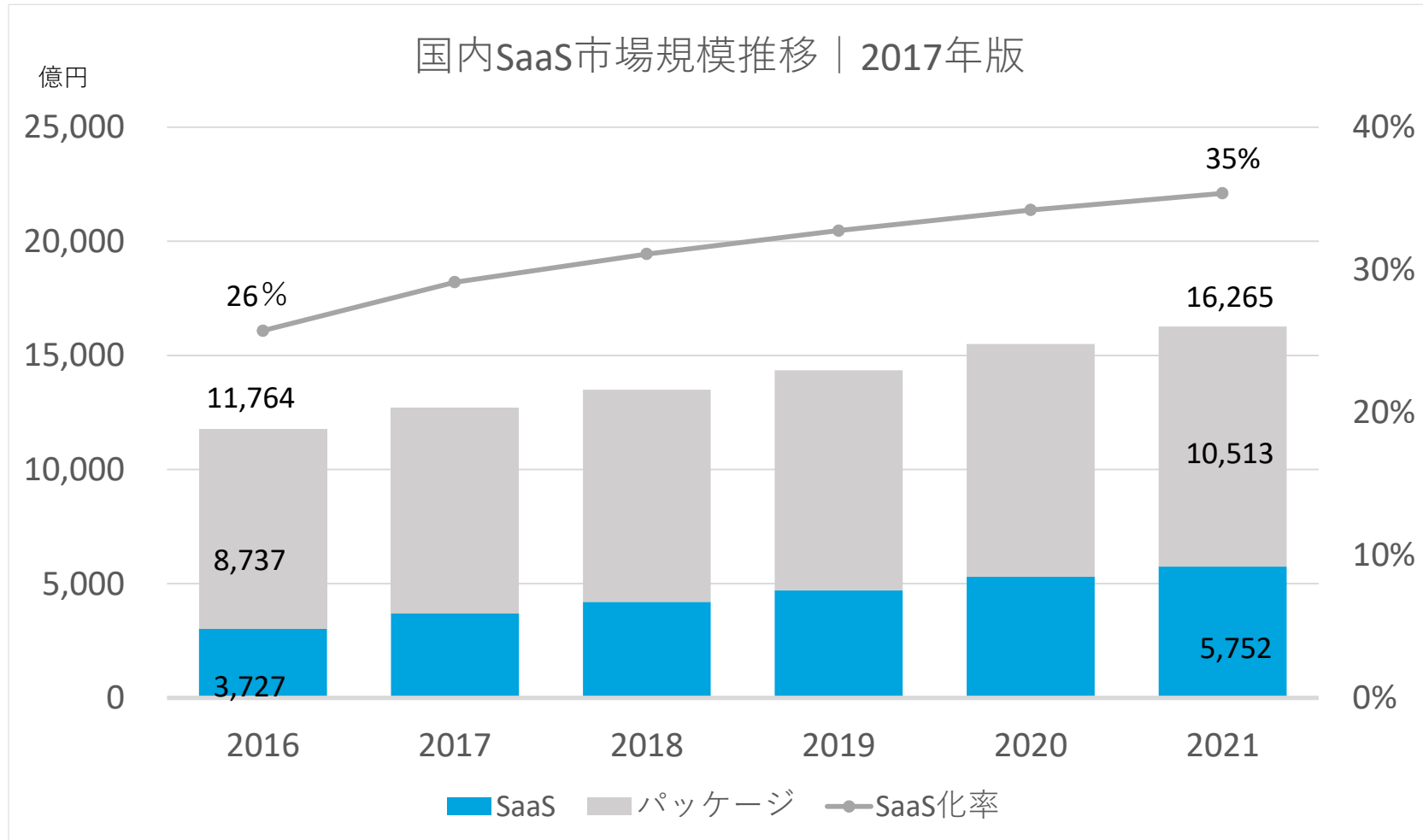


NETFLIX



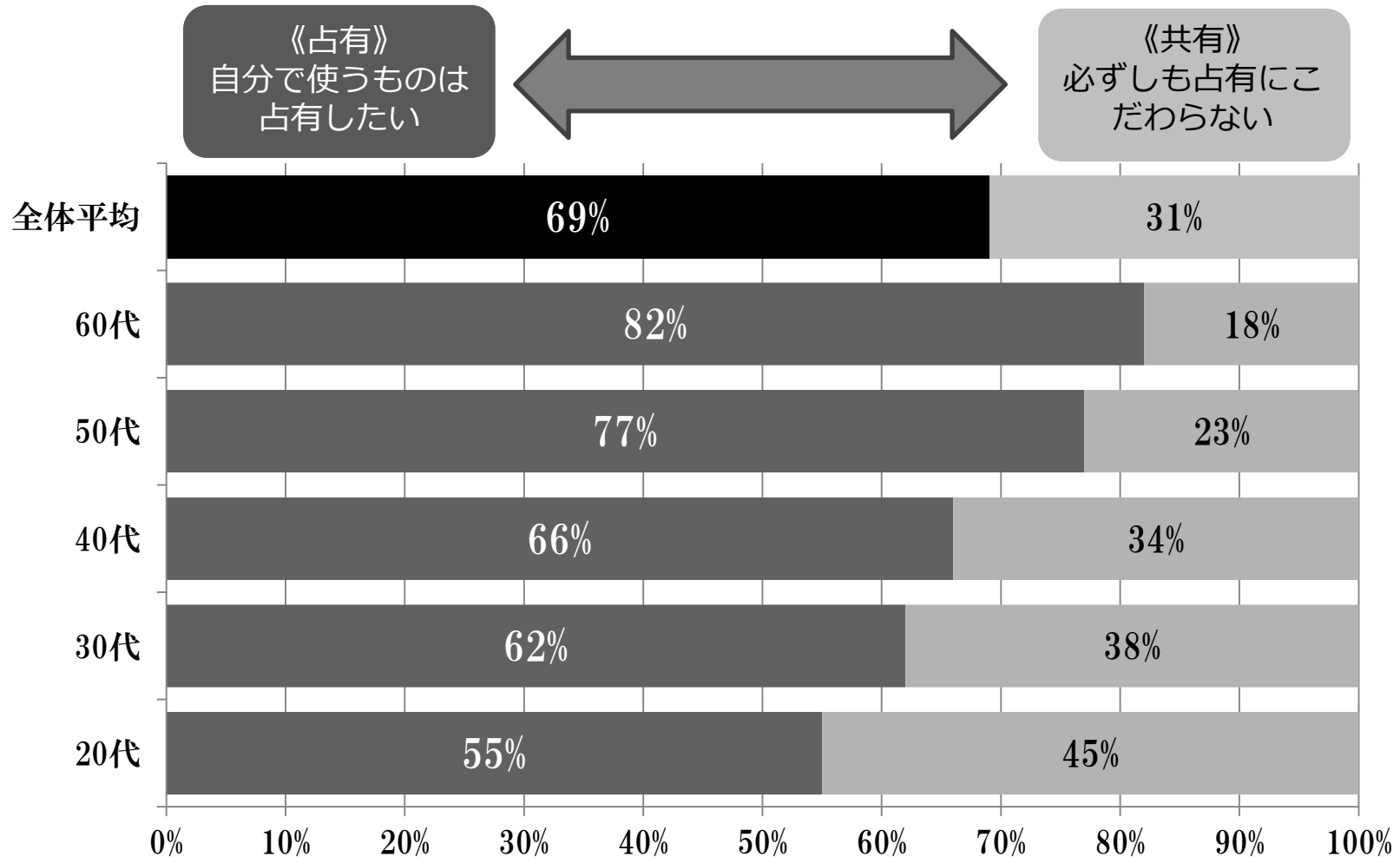
②産業のSaaS・サブスクリプション化

**SaaS市場は、年平均成長率で、約15%の成長をしている
その傾向は今後も続くと予測されている**



②産業のSaaS・サブスクリプション化

「占有にこだわらない」比率が、年齢が若くなるにつれ高くなる傾向が読み取れる
「所有」から「利用」への流れが起きている



②産業のSaaS・サブスクリプション化（MaaS）

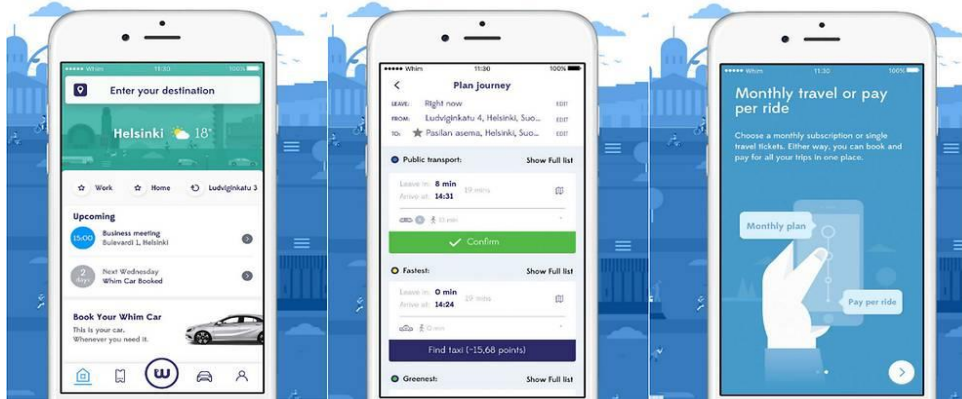
自動車業界では、MaaSの台頭により、所有から利用への流れが大きく加速
海外では先進的な事例が既に登場している

whim.

WHIM - THE CAREFREE USE
OF ALL TRANSPORTATION!

COMPARE AND
BOOK YOUR TRIPS WITH
A JOURNEY PLANNER.

CHOOSE
A MONTHLY TRAVEL -
OR JUST PAY-AS-YOU-GO.



● MaaS（Mobility as a Service）

- ・あらゆる交通手段を統合し、その最適化をはかったうえで、マイカーと同等か、それ以上に快適な移動サービスを提供

サービス内容

- フィンランドのサービス、登録者は6万人超
ヘルシンキ市民の約10%がユーザー
- 利用者視点に立ち、複数の交通サービスを組み合わせ、それらがスマホアプリ一つで、ルート検索から予約、決済までを完了し、シームレスな移動体験を実現する
- 複数の交通手段とは、カーシェア、自動車シェア、配車、タクシー、電車、バスなど指す
- アプリで、ルート検索後、最適な移動手段が検索表示され、予約、決済、案内をスマホアプリ一つですべて完了
- 都度払いの他に、定額サブスクリプションサービスも用意されており、乗り放題プラン（月額約65,000円）などがある

③透明性と新たな企業価値

誰もが自身の可能性を拓き、主体的に働くには、
「組織の透明化（情報共有）」と「権限委譲」が重要
 ありのままに社員が働くことで幸せになれる組織づくりを実現できた企業が生き残る

フレデリック・ラルー著「ティール組織」への注目

国内ティール組織の事例：オズビジョン社



『セルフマネジメント(自主経営)』、『ホールネス(全体性)』、『進化する組織存在目的』など、従来型とは異なる独自の組織構造や慣例、文化を持つ次世代型組織モデル

OZvision



- 事業内容： 購買支援事業（ポイントコマースサービス）
- 設立： 2006年
- 社員数： 54名
- 理念： 「人の幸せに貢献し、自己実現する集団で在る」

理念に、「自己実現」を掲げる
 自社制度である「Good or New」「Thanks Day」が
 日本企業で唯一「ティール組織」に掲載される

③透明性と新たな企業価値

「幸福（度）」というキーワードが、2020年代の最有力コンセプトになる可能性

ユヴァル・ハラリ著 「Homo Deus」

イエール大学 超人気授業「ハピネス」



「飢餓」「疫病」「戦争」を克服し、
進化した人類の次なるステージとして
「不死」と「至福（幸福）」に言及

授業登録開始5日で1,200名が申込み
全学生の4分の1が受講する人気授業
(ローリーサントス教授が担当)

③透明性と新たな企業価値

名札型ウェアラブルセンサーを活用し、組織としてのハピネス度を数値化 「幸福」の価値の実証と活用が、企業レベルで進捗

■日立製作所：「ハピネスAIアプリ」



Happiness Planet

今日のチャレンジ宣言！

100以上の選択肢から選ぶだけ。毎朝、今の気持ちにぴったりの働き方を探そう。



"ハピネス度"を計測

あなたの身体のリズムに今日の調子が表れています。スマホをポケットに入れ、「ハピネス度」を計ってみましょう。



フェスで楽しく続けよう

定期的に働き方フェスを開催します。世界中の仲間と一緒に働き方改善の3週間集中トレーニング！

[詳細はこちら>>](#)



“ハピネス度の高い組織は生産性が高い”という結果を実証

- ・日立自身がAIを活用しグループ内営業職600名を対象に活用
- ・AIによる個々人のハピネス度の分析と改善アドバイスを提供
- ・活用度が高い部署ほどハピネス度や受注額の向上を実証
- ・その輪を他社まで拡大し、チーム対抗での大会を実施

③透明性と新たな企業価値

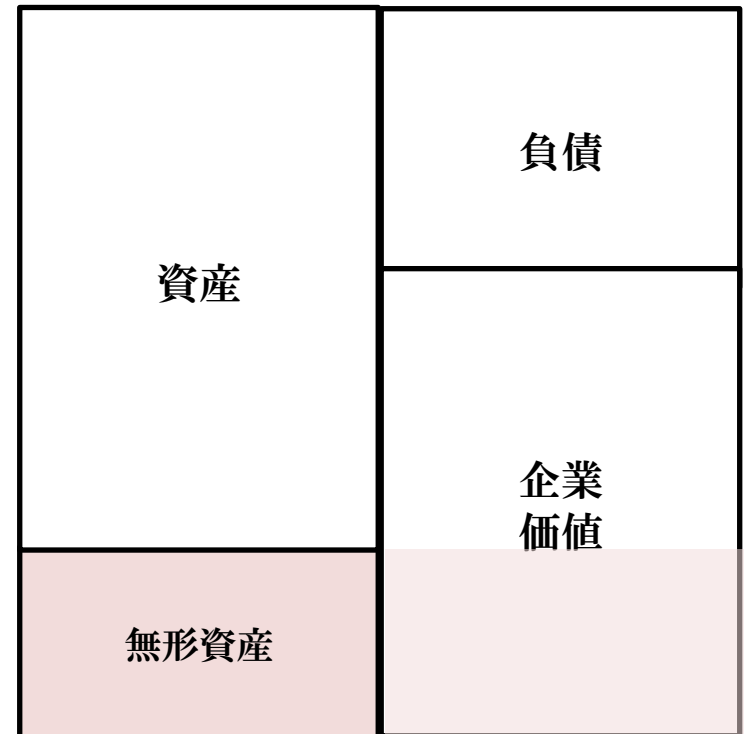
人財/社員満足/組織力といった「無形資産=非財務情報」への着目
働いている社員が幸福かどうかを透明化され、企業価値として認識される



- 3,940社、91万人からデータを収集
- 社員のワークモチベーションを視覚化



- 実際に企業で働いた「社員・元社員の声」に基づくリアルな労働環境を共有
- 労働市場における透明性の向上



③透明性と新たな企業価値

テクノロジーの進歩と透明性によって、「分散化（非中央集権型）社会」に近づく

これまでの常識

【国家】

通貨は国が発行し信頼できるもの

【国家】

所有が基本であり、資本・資産は重要

【企業（ビジネスモデル）】

取引を正常にする為には、間に企業が必要

【企業（組織）】

パワー（権力）の名の下の主体性と管理

【企業（働き方）】

単一組織、帰属意識を強くもつ企業ベース

これからの常識

機会や価値交換に必ずしも“通貨”は必要なし

クラウド的概念が発展し、所有から利用へ

企業が間に介在しないCtoCモデルの出現

成長する使命の下、ありのままの自律分散型組織

複数の組織で、指名型で、プロジェクトベース

3.住宅・不動産業界のトレンド

ディスラプターと言われる既存産業を大きく変革する可能性をもつ企業が 続々と誕生している



投資額：74億ドル

ニューヨークを拠点に、全国の起業家に2010年からオフィススペースを会員制でレンタルしているスタートアップ



投資額：44億ドル

2012年にニューヨークで創業。物件をWeb上で紹介するところから、物件の清掃を依頼するところまで不動産取引に関わる諸手続きをオンライン化



投資額：11億

屋外の環境やユーザー設定（モバイルデバイスからの情報）に応答して、自動的に色合いを調整する「Dynamic Glass」を製造



投資額：8.65億ドル

「今までの建設プロジェクトにかかっていた時間を半分以下にし、より多くの人の手の届く価格の家や設備を提供すること」をゴールにゼネコンを展開



投資額：4億ドル

価格査定のアлゴリズムを駆使して迅速に、全額現金で不動産を買い取り、売却プロセスをシンプルにすることで手数料を受け取る買取再販事業

①住宅・不動産業界におけるBASIC : Blockchain

■ブロックチェーン×不動産の価値可能性

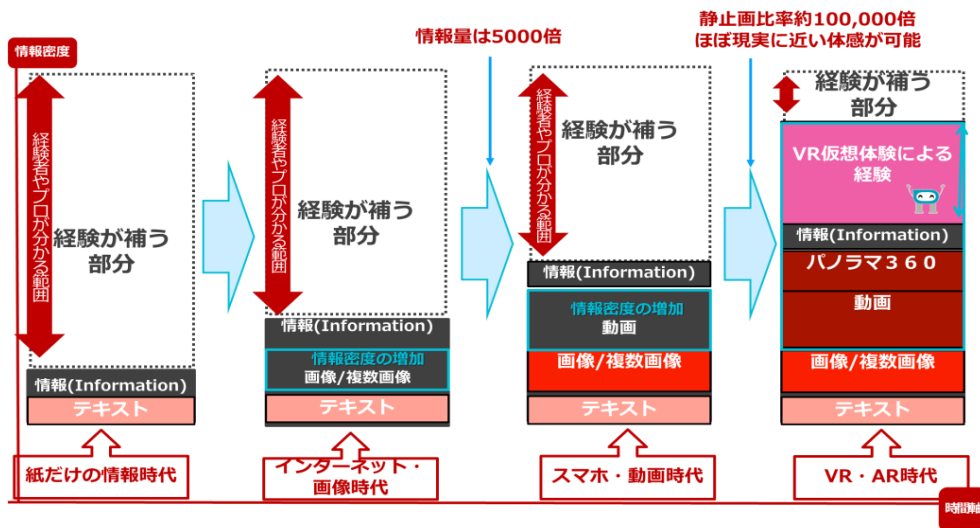
取引の安全性/迅速性強化	ブロックチェーンのプラットフォームで処理すると、 <u>ほとんどのプロセスが自動化</u> 。人の手を介さない仕組みにより、 <u>365日・24時間いつでも不動産の取引が可能</u> となる
手数料の大幅削減	不動産取引には大きな金額が動く為、既存の金融機関を介した取引では、それなりの手数料が発生する。ブロックチェーンの不動産取引のシステムを使うと、 <u>買い主から売り主への代金の支払いは仮想通貨で行える</u> 為、手数料を削減できる
売れ残りリスクを軽減	不動産の流動性を確保するために、分散台帳で管理し、スマートコントラクトによるプログラムの自動実行機能を活用できる。投資家、金融機関、売り主、ブローカーが登録すると、ローンや保険契約も含め、 <u>不動産取引にかかわるすべてのプロセスが自動実行できる</u>
所有権登記の簡易化	現在オフラインで実施されている登記簿をブロックチェーンの分散台帳に置き換えることができれば、登記の手間は大幅に緩和される。 <u>ブロック化したデジタルデータを相互にリンクさせ、複数存在する分散台帳に書き込むことができるブロックチェーンでは、完全な透明性と高い安全性が確保できる</u> 。イギリス政府は「デジタル・ストリート」というプロジェクト名で2022年までにすべての不動産登記をブロックチェーン化する計画

②住宅・不動産業界におけるデジタルとリアルの融合

WEB/スマホが当たり前になったように、VRが当たり前になる “VR総合展示場”の時代に突入

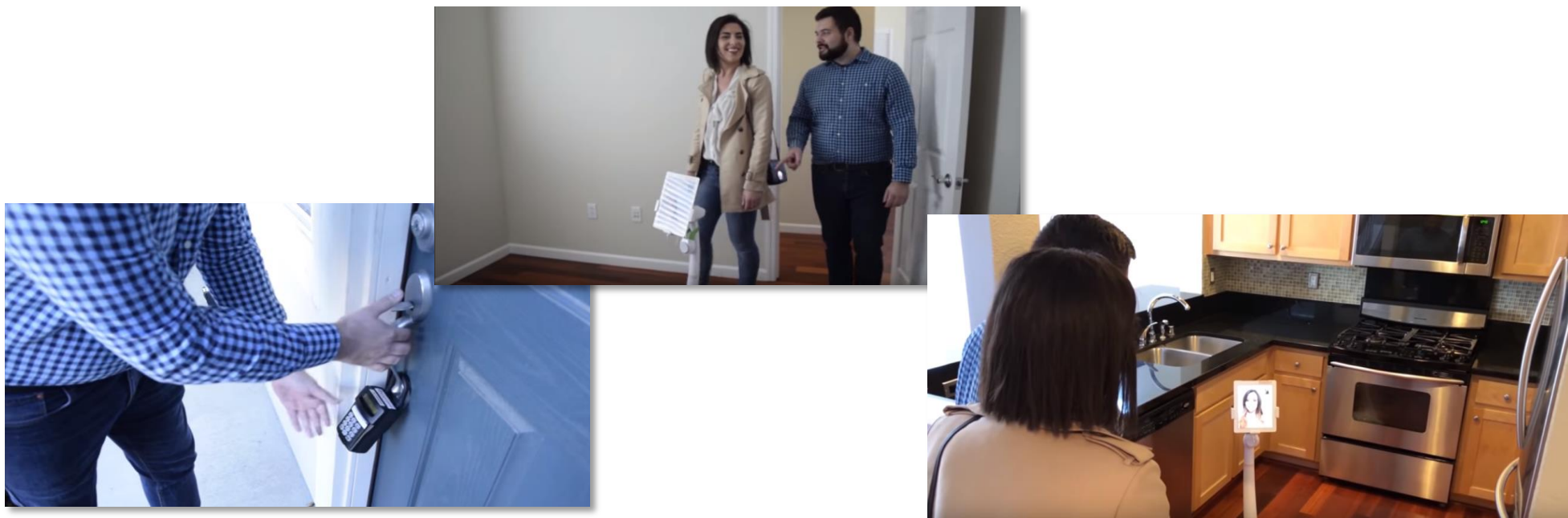
リアル×バーチャル来店の時代

仮想体験の価値



②住宅・不動産業界におけるデジタルとリアルの融合

■ 賃貸を自動で案内するAIロボット-Zenplace



- ✓ 人間に変わって賃貸住宅を案内してくれるロボットを開発
- ✓ 迅速な顧客への物件案内を可能にし、賃貸住宅の空室期間を減らすことを目指す
- ✓ 賃貸希望者は仲介事業者やオーナーのスケジュールにとらわれず、いつでも家を案内してもらえるように
- ✓ 物件に到着するとモバイルアプリからドアを開くコードを受けとり、家に入るとロボットが出迎えてくれる
- ✓ ロボットの顔はiPadのようなスクリーン画面でできており、そこには人間の仲介スタッフの顔が浮かぶ
- ✓ ロボットは、住宅の詳細な説明、周辺地域と賃貸住宅の情報などをリアルタイムで提供
- ✓ 賃貸希望者が仮に気に入れば、その場で賃貸契約書の作成まで可能

③住宅・不動産産業のSaaS/サブスクリプション化（HaaS）

「所有から利用」への流れを象徴した動きが、業界にも出始めている

今週どこで暮らそうの世界： ルームシェア

The logo for 'weeeks' features the word in a lowercase, sans-serif font. The 'ee' is highlighted in red, while the other letters are black.

- 「日常に非日常を」をコンセプトとした1週間限定のルームシェア生活を、誰もが気軽に楽しむことが可能
- 場所別だけではなく、個々人の趣味に合わせた様々な企画別にシェアハウスを選ぶことができ、申込もオンラインで簡単にできる

今月どこで暮らそうの世界： ホテル

The logo for '@ anyplace' features a large '@' symbol followed by the word 'anyplace' in a lowercase, sans-serif font.

- 日本人起業家がサンフランシスコで立ち上げ
- 月間契約からホテルに滞在ができ、滞在費は通常のコストの3分の1程度（月1,600ドル※通常のコストは4,800ドル・賃貸相場は3,000ドル）
- Wi-Fi設備やクリーニング、朝食が完備されているホテルもあり、長期滞在の際の住居獲得が困難な米国では画期的なサービスとなっている

③住宅・不動産産業のSaaS/サブスクリプション化 (HaaS)

■ 毎月定額 全世界×住み放題のサービス



いつもハフ
Always in HafH

専用ベッド付
全てのハフに住み放題
専用ベッド以外は要予約

¥82,000/月

ときどきハフ
Sometimes in HafH

毎月10日以内なら
空きベッドに泊まり放題
ベッドは部屋、要予約

¥32,000/月

はたらくハフ
Working in HafH

HafH Nagasakiで
働き放題
ベッドは部屋、要予約（有料）

¥12,000/月

- ✓ 毎月定額で、全世界、住み放題
- ✓ 光熱費・ネット費用・敷金・礼金・保証金 オールインワンで、一カ月から住むことが可能
- ✓ 行き先を決めて宿泊先を探すのではなく、HafHのなかから宿泊先を決めてから旅をする
- ✓ 「はたらく」環境が選び放題となり、「世界中を旅しながら働く」ことを実現
- ✓ 今後は国内4箇所（福岡市博多区、大阪市中央区、東京都品川区、横浜市保土ヶ谷区）、海外2箇所（マレーシア/クアラルンプール、ベトナム/ハノイ）を計画中
- ✓ ASEAN諸国、中国、台湾、韓国、インドといったアジア諸国、欧米でのサービス展開を予定

③住宅・不動産産業のSaaS/サブスクリプション化（HaaS）

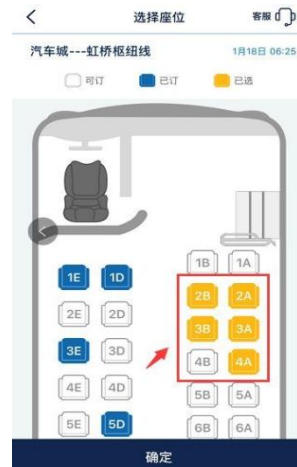
中国最大の不動産企業：万科（VANKE）は駅から離れた物件に「入居者限定シェアリングバス」のサービスを導入し、物件価値を向上

万科シャトルバスの概要と取組み

概要

- 万科とは、中国最大手の不動産開発企業（2018年売上規模8.9兆円）
- 住宅コンセプトは「生活上の付加価値の創造」で、生活とインターネットの融合に注力している。
- その一環としては駅から離れた物件にシェアリングバスサービスを導入した。

- 入居者はアプリで空き状況確認、席の予約、バスの所在地の追跡、搭乗時間を事前に把握をすることができ、駅へのアクセスが便利になる。利用料金は40円程度で、当月の管理費から自動的に引き落とされる



具体的な取組み

サービス導入による効果

入居者生活の利便性向上

- 駅から離れた立地の悪い物件でも、簡単に最寄り駅にアクセスすることができる
- 入居者の生活の利便性が大きく上がる
- 物件価格の安さと利便性の高さを追求するお客様の集客ができる

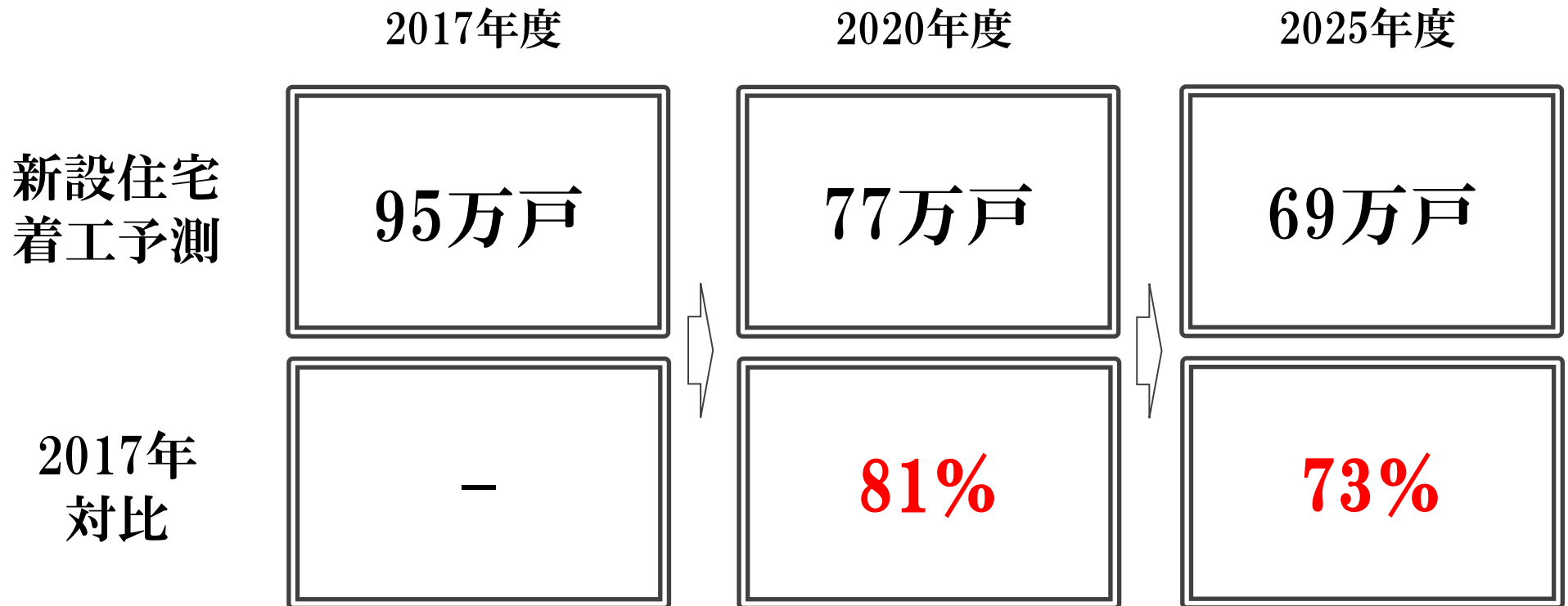
物件の資産価値の向上

- 駅から離れて、不人気な物件でも駅からの距離が購入ハードルではなくなる
- 物件の資産価値の向上
→駅からの徒歩時間が物件を購入する際の決定的な判断要素から外され、駅から離れた物件でも完売期間が短縮できた

4.生き残りの戦略シナリオ

①生き残りの為の単純シミュレーション

2020年度で約20%減、2025年度で約30%減が予測されている
最悪の未来シナリオを想定して、経営の舵取りを行う必要がある



①生き残りの為の単純シミュレーション

仮にマーケットの3割減に耐えかねて、自社売上高が2割減した場合、
一般的な収益性の企業では、赤字転落に陥る

	現在	2025年
商圏内棟数	1,000棟	700棟
自社棟数 (売上高)	50棟 (10億)	40棟 (8億)
売上高生産性	5,000万/人	4,000万/人
固定費 (率)	2.1億 (21%)	2.1億 (26.3%)
変動費 (率)	7.5億 (75%)	6億 (75%)
利益 (率)	0.4億 (4%)	-0.1億 (-1.3%)

①生き残りの為の単純シミュレーション

(規模を維持しようとする場合)、原価・販管費の増加によって、収益性を維持することが難しくなることが想定される

	現在	2025年
商圏内棟数	1,000棟	700棟
自社棟数 (売上高)	50棟 (10億)	50棟 (10億)
売上高生産性	5,000万/人	5,000万/人
原価	7.5億 (粗利25%)	7.7億 (粗利23%)
販管費	2.1億 (21%)	2.3億 (23%)
利益 (率)	0.4億 (4%)	0億 (0%)

①生き残りの為の単純シミュレーション

特に、コスト増が見込まれるのが、下記三点である
コストダウンの実施及び生産性向上の両面が求められる

①原価増

- 材料コスト増、職人不足などさまざまな圧迫要因が価格転嫁する為

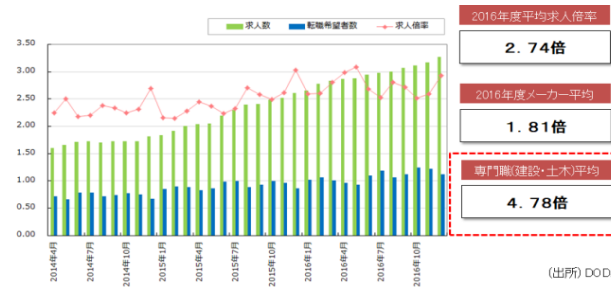


2%増（10億企業で2000万円増）

※材料コスト、職人不足、物流費等

②採用コスト増

- 全業種で採用難の時代、加えて優秀人材の獲得は著しく激しくなる為

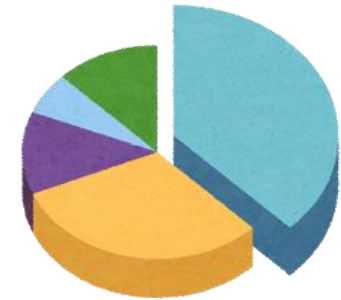


0.5%増（10億企業で500万円増）

※採用広告費、ヘッドハント費用等

③広宣費増

- 人口減（ターゲット減）により、集客数の確保が難しくなる為

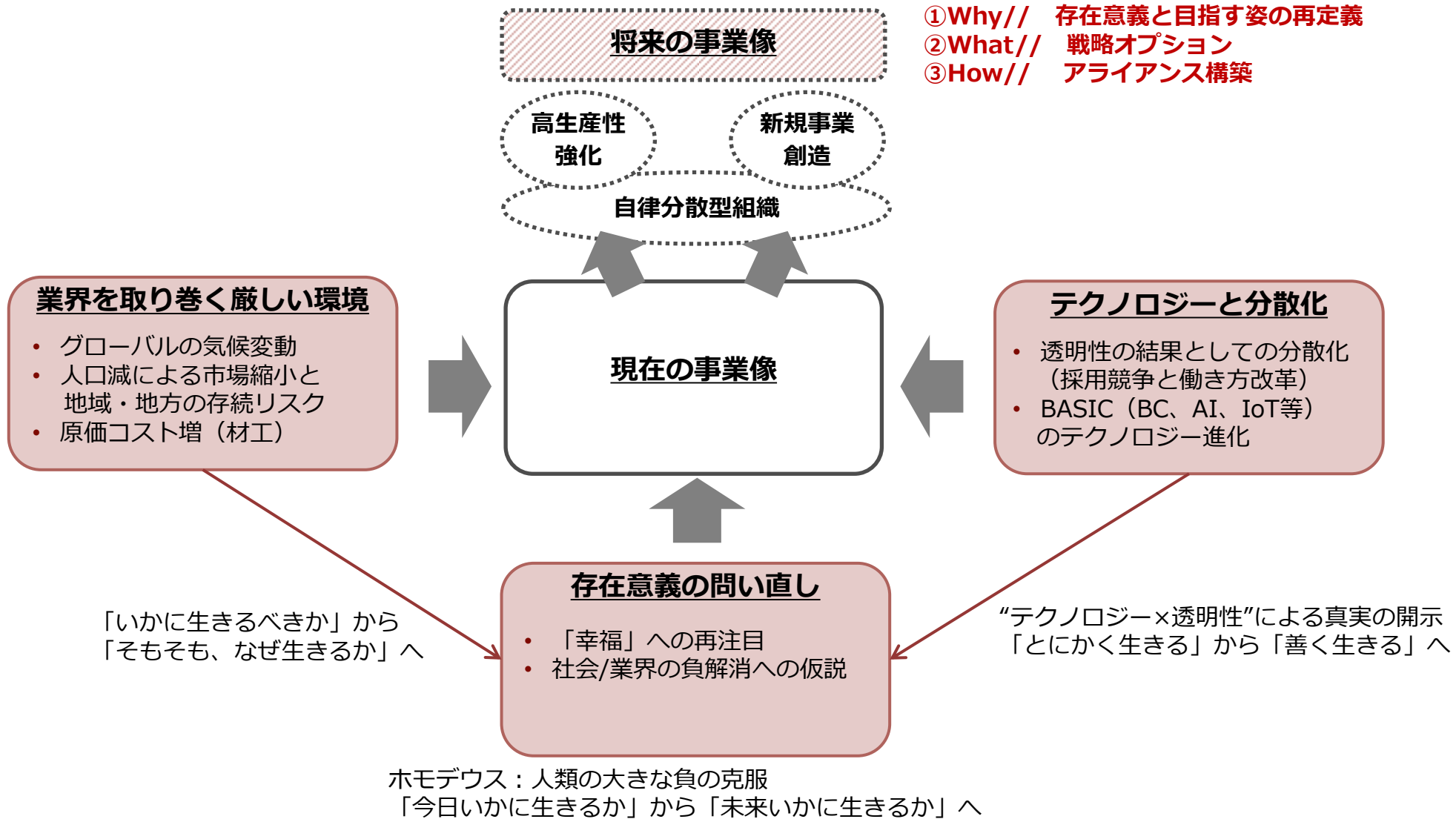


1.5%増（10億企業で1,500万円増）

※受注20%減、契約率10%、集客C15万円

②今後の戦略シナリオ

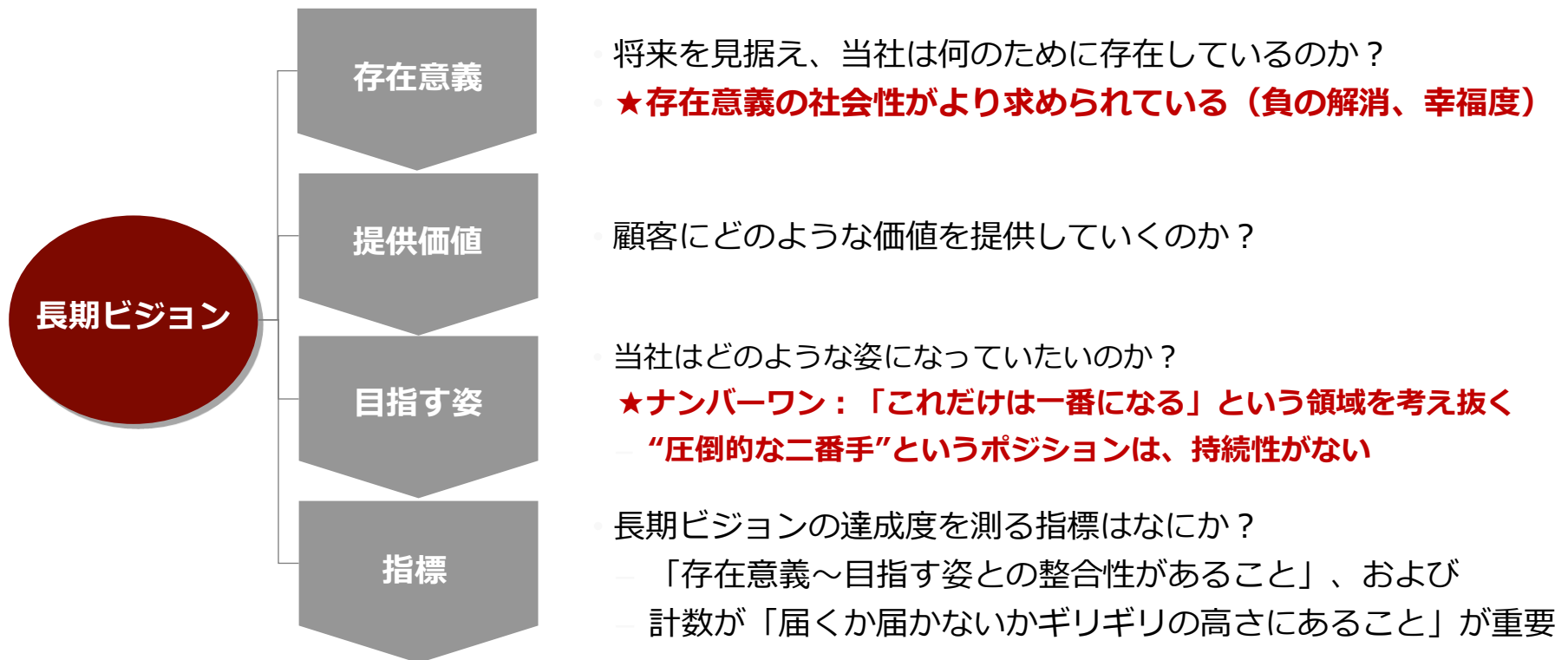
外部環境の大きな変化を捉えたうえで、自社の事業像の再認識/再創造が必要



②今後の戦略シナリオ

■ WHY：自社の存在意義・目指す姿の再定義・・・業界の負の解消と幸福への再注目

長期ビジョンの構成要素： 一貫性をもって整合させた4つの視点で考えていく



②今後の戦略シナリオ

■ WHAT : 戦略オプション…ナンバーワン分野への集中

事例) 商品・市場マトリクス

新	<p>②市場開拓戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ★国内展開 ★海外展開 	<p>③商品開発戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ★住宅新商品 ★中古住宅展開 ★サブスクリプション
	<p>①市場浸透戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ★X-tech ★各種生産性向上 	<p>④多角化戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ★新規事業 (Tech, 非住宅等)
既	既	新

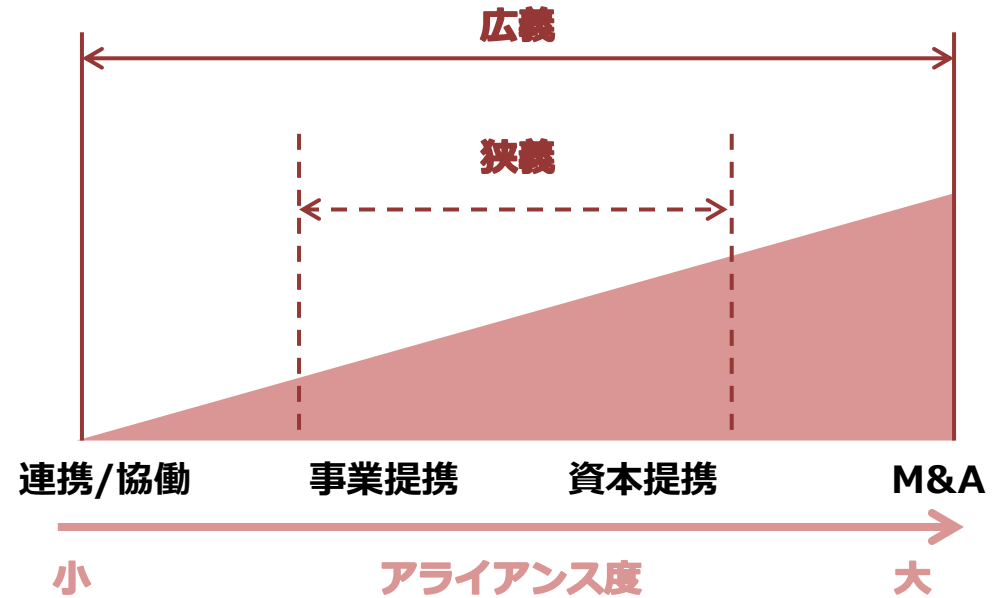
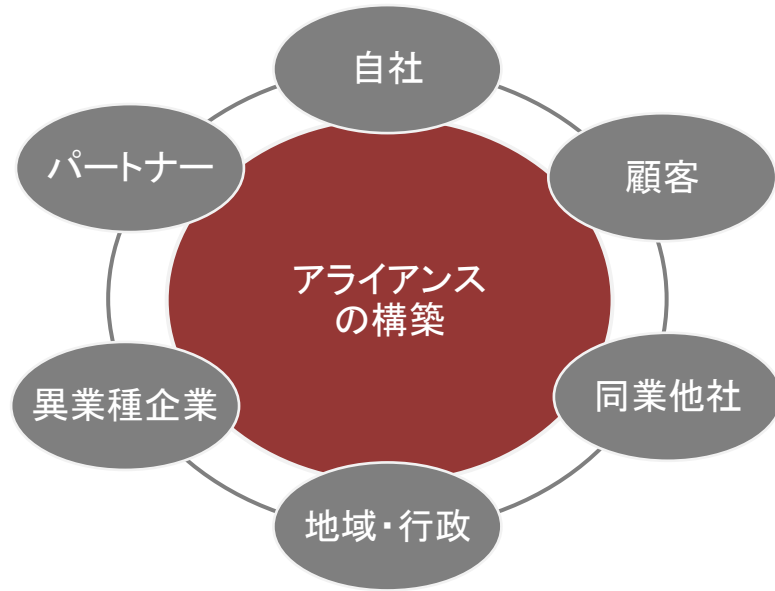
事例) 現状強化と非連続領域

経営戦略	<p>現状強化 (2020年)</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内出店 (都市攻略) 中古住宅流通事業強化 M&A (同業態) 	<p>非連続領域 (2025年)</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外出店 非住宅事業立ち上げ Tech事業の立ち上げ M&A (垂直統合)
	<p>オペレーション</p> <ul style="list-style-type: none"> 新商品開発 コストダウンコンソーシアム チーム生産性向上施策 採用改革×ハイスピード育成 デジタルマーケティング 	<ul style="list-style-type: none"> セールスイネーブルメント デジタル総合展示場 外部プロチームの組成 新しい購入スキームの構築

②今後の戦略シナリオ

■HOW：アライアンス構築・・・競争優位性を尖らせるか、弱みを補うか

※異なる立場にある企業・団体同士が利益・便益を生み出すために協力し合う体制や経営スタイルのこと（ここでは広義のアライアンス）

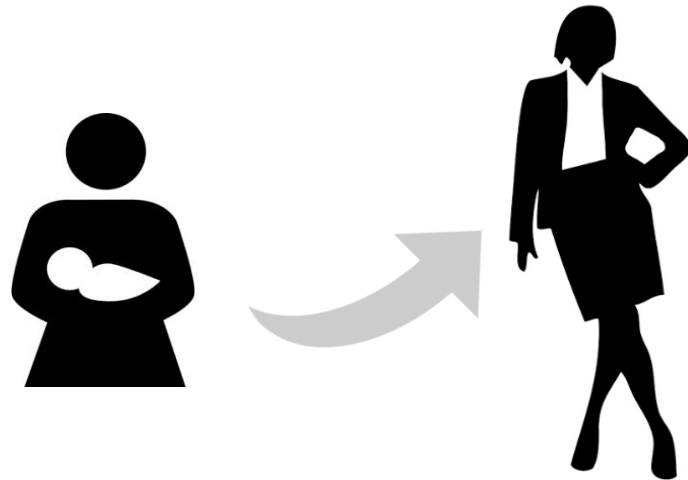


①	時間を買う	市場縮小により求められるスピードへの対応
②	見識をもらう	業界範囲の曖昧化に対する対応
③	価値を高める	求められる価値の多様化に応じた対応

③市場浸透戦略（業界の常識を覆すチーム生産性向上施策）

個人ではなく、チームとして成果を最大化し、生産性向上をはかる

オーナーセールスチームの構築



- ・OBのお客様を初回接客担当のパートとして採用
- ・自分自身のリアルな体験を元に自社の価値付けを行い、初回接客の生産性向上に大きく貢献
- ・「人財」という遊休資産に着目した点が大きく、オーナー組織とのアライアンスともいえる

エンジニア（工務）チームの構築



- ・一棟現場を一人で見るとはならず、複数人員で担当
- ・処理難易度に応じて自社工務チーム内でタスクを分解し、整理・役割分担する手法を構築
- ・施工アプリの活用による現場の可視化が鍵
- ・結果、注文住宅33棟/人の管理体制を実現

③市場浸透戦略（外部プロチームの組成）

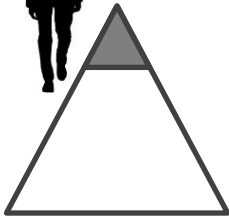
アライアンスを組み、外部のプロフェッショナルセールスチームを組成
人件費を変動費化し、収益性を高める

【従来】

《お客さま》



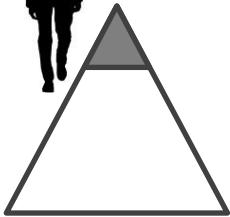
業界
トップセールス



自動車



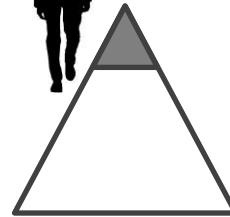
業界
トップセールス



住宅不動産



業界
トップセールス



保険

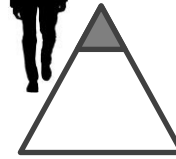


【今後】

《お客さま》



プロフェッショナル
セールス



- ・複数商材を担当
- ・複数企業との契約

自動車



住宅不動産



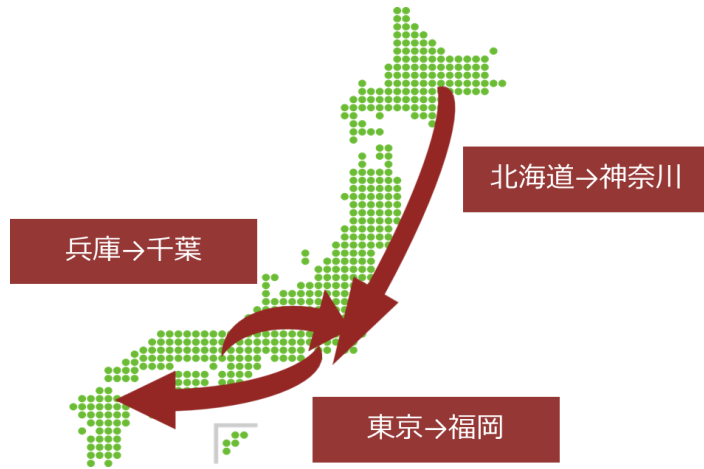
保険



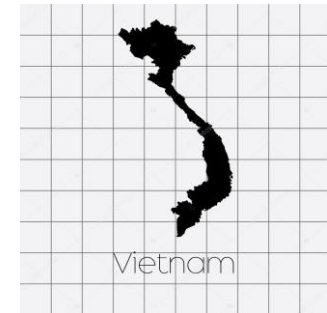
③市場開拓戦略（国内出店/海外出店）

国内外において、拠点展開のアライアンス戦略が活性化し始めている

拠点展開型アライアンス



5社連携のベトナム合同ベンチャー創設 Japan Premium Home



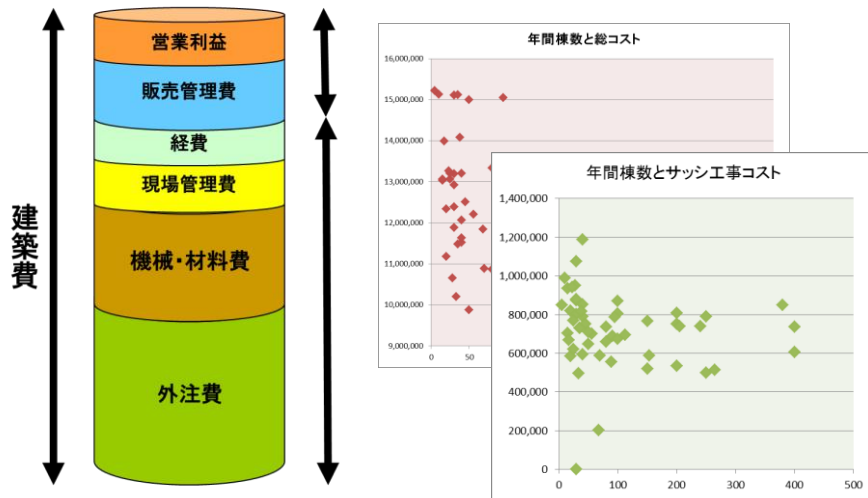
- ・人口減少の結果、隣接地域に展開をするのではなく、大都市に飛び地で展開をしていくことが選ばれは始めている
- ・土地勘のないエリア、かつ、競争が激しいエリアでの展開は、苦戦が想定される為、アライアンスによってそれをカバー
- ・土地の融通、ショールーム貸与、互いの商品販売、エリア外相互送客、施工サポート等、各種可能性があり、今後、互いの強みを生かした「共同出店」のケースも想定

- ・海外進出にあたって、5社連携でのベトナム進出を実現
国内の市場縮小を見据えて、新規市場の開拓が狙い
- ・個社の強みがそれぞれある中で、各経営者がそれぞれの持ち場を担当できるところに優位性がある
- ・海外進出においては、現地の連携先選択が鍵を握っており、そちらにおいても、アライアンスが競争優位性となる

③商品開発戦略

商品開発で生み出せる価値は、アライアンスによって大きく変わる可能性がある

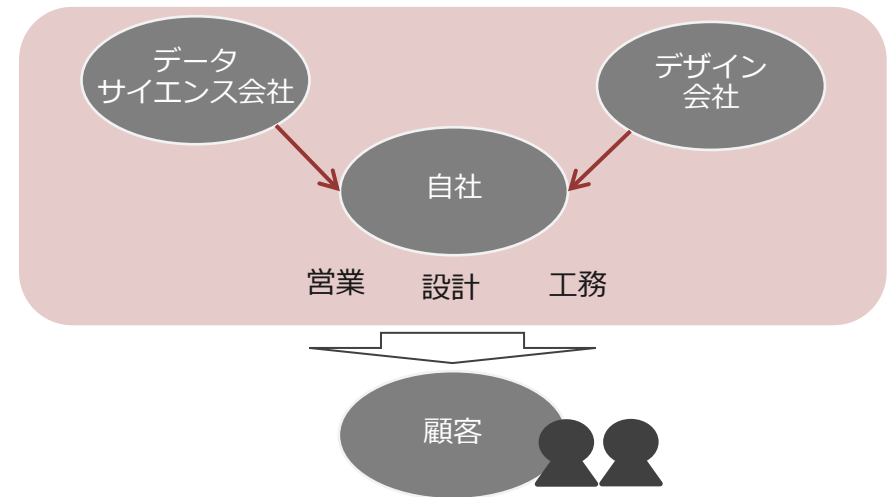
コストダウン・コンソーシアム



- 今後の業界を取り巻く環境を捉えようと、自社だけのコストダウンや仲のよい数社での取り組みでは限界がある。業者たたきは持続可能性が低く、WINWINの関係性が必要
- 全国有数の企業によるさまざまなノウハウや実績を共有/整理することで、自社のコストダウンに繋げる
- コストダウンの成果を最大化させるにもアライアンスが重要

共同商品開発

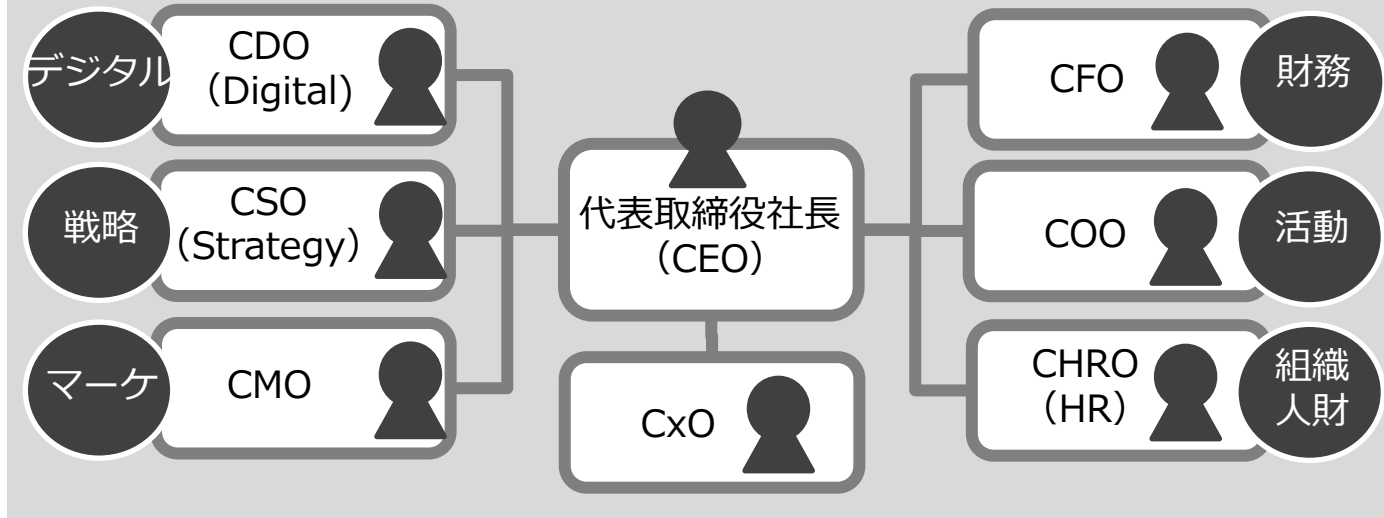
【アライアンス例】



- 業界の負として、「家づくり/住み心地の満足度」がある。顧客は、「自分が満足できる家」を正しく言語化できない
- 一方で、住宅会社側は、「商品開発」を一から実施できる企業は少なく、FCからの購入や他社の表面的模倣も少なくない。社員は業務に忙殺され、商品開発に時間を割けていない
- 顧客の声を聴きながら、自社にない左脳要素・右脳要素を組み合わせ、居住満足度が高い家を研究開発する企業が増えていくべき

外部環境変化及び競争激化によって、求められる変化の品質・スピードが上昇
変革型人材がトップに複数必要になっており、外部の優秀人材登用が必要

《①内部》マネジメントの分業化



《②外部》専門家のフル活用

