

DIAMOND MANAGEMENT FORUM

「トップ・マネジメント」のマーケティング教科書

顧客の創造が マーケティングの目的である

CEOとCMOの必須科目

ヤマトホールディングス

サービスが先、利益は後 の 好循環経営

ヤマトホールディングス 代表取締役社長 社長執行役員

山内雅喜

マルチサイド・プラットフォーム

顧客を共創するビジネスモデル

ハーバード・ビジネス・スクール 准教授

アンドレイ・ハジウ

プロフェッショナルからの提言

信州大学経営大学院 教授

早稲田大学ビジネススクール 客員教授

今村英明

ペイン・アンド・カンパニー・ジャパン インコーポレイテッド

パートナー

森光威文

アドビ システムズ

シニア コンサルタント

安西敬介

MARKETING INSIGHT

リンナイ

ライオン

ライスフォース

ヤマトホールディングス

すかいらーく

レクサス

地盤ネットホールディングス

横浜市

全日本空輸



地盤に関する情報格差をなくしたい

液状化や浸水、土砂崩れなど、自然災害による被害を大きく左右するのが「地盤」だ。最近、頻発する地震や水害を機に、自宅の地盤が気になるようになつた人も多いだろう。だが、地盤の良し悪しの判断には専門的な調査と診断が必要。不動産会社、消費者との間に情報格差が生じている。

そもそも戸建て住宅には、開発・分譲を手がける不動産会社、住宅を建てる住宅メーカー、地盤改良工事会社の3つの業界が関わっている。なかでも、不動産会社は地盤の情報を出したがらない。少しでも多くの物件を売りたいわけだから無理もないが、地盤に問題があれば、自然灾害が建物に甚大な被害をもたらす。山本社長はこうした状況に疑問を感じ、「地盤に関する情報格差をなくす」という思いから2008年、地盤解析の専門会社を立ち上げた。

過剰に改良工事を誘発することが問題に

従来から、住宅地の販売に際して地盤の性能を開示する法的な義務は

と解析が可能な地盤測定機「グラウンド・プロ」を自社開発し、2010年には「地盤安心住宅」というサービスも始めた。ここでは、最初の地盤調査から同社が行う。グラウンド・プロは全国に約150台配置、累計5万件超を調査した結果、「地盤改良工事は80・8%が不要」と、よりパフォーマンスの高い判定を出せるようになった。

災害リスクをマップで「見える化」

2014年5月には、ウェブ上で閲覧できる「地盤安心マップ」の無料公開も始めた。

「当社には地盤データが直近1年間で5万件、累計12万件以上蓄積されました。再利用は考えませんでした。公開しても、専門家でないと理解できないからです。そこでマップでは、当社の地盤データをベスに、液状化ハザードマップなど自治体や国土交通省のオープンデータを重ねて、その土地にどのような地盤リスクがあるかを見やすくビジュアライズしました」

そして2015年1月には、より簡単に地盤リスクを確認できる新機能「地盤カルテ」を追加。住所を入れると、その地盤リスクを点数化、



◀「地盤安心マップ」は、從来専門業者向けだった地盤のデータをグーグルマップ上にグラフィカルに配置して無料公開している。一般消費者にも地盤への理解を深めてもらうことが狙い。
<http://www.jibanmap.jp/>

▶「地盤カルテ」の診断結果。5つの項目で地盤の特性がわかり、総合スコアで安全性もチェックできる。住所等の情報を入力すれば診断は無料。
<http://jibannet.co.jp/karte/>

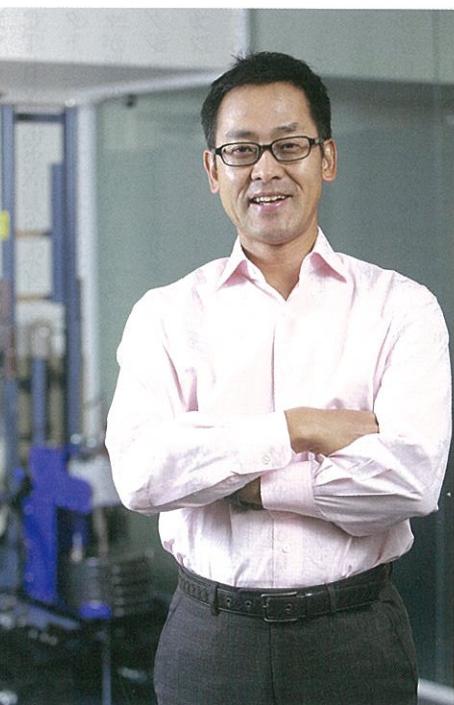


専門業者向けデータをビジュアル化 最終消費者に向けて災害リスクを「見える化」する

地盤ネットホールディングス | BtoBtoCの取り組み

業界で初めて地盤調査・解析のセカンドオピニオンを手がけ、不透明な慣行に風穴を開けたのが地盤ネットホールディングスの山本強社長だ。続いて、ウェブ上で閲覧できる「地盤安心マップ」を無料公開し、災害リスクの「見える化」に乗り出した。災害リスク情報の普及で消費者を啓発し、不動産業界のパラダイムシフトを目指す。

取材・文|河合起季 撮影|宇佐見利明



地盤ネットホールディングス
代表取締役
山本 強氏

なく、規制もない。ただ、2000年に施行された「住宅の品質確保の促進等に関する法律」(品確法)によって、住宅メーカーは住宅販売の際に瑕疵担保責任を問われるようになり、地盤の調査は必須となつている。地盤が軟弱な場合、地盤沈下によって住宅が傾いたり破損しないように「地盤改良工事」を行わなければならぬ。

一見すると消費者にとって有利な法律だが、実は大きな問題があった。全国に約500社あるといわれる地盤改良工事会社は「改良の必要性の判断」と「改良工事の施工」を同時に請け負っていたからだ。当然、グレーディングの地盤を黒と判定してまで過剰な工事をすることになる。

これに対しても地盤ネットは、改良工事を受注しない唯一の地盤解析会社。「改良工事が必要」と判定された地盤について、第三者の立場からもう一度「工事の必要性」をチェックする。

このサービスの普及には時間がかかりたが、大手建築関連会社から調査を依頼されるようになつたのを機に、事業が軌道に乗り始めた。「当社で再チェックした結果、約62%の土地は改良が不要でした(2014年12月31日現在)。これまでに過剰な地盤改良工事を削減した数は3万棟以上。仮に1棟当たり100万円と換算すると、工事削減効果は300億円に相当します」

さらに、より精度の高い地盤調査

チャート化したリポートが無料でメールで届くという。

それによると「改良工事率(3キロメートル圏内の地盤ネット社判定による改良工事率)」「浸水リスク」「地震による揺れやすさ」「土砂災害危険リスク」「液状化リスク」の5段階評価と総合評価(最高100点)がわかる。総合評価でいうと、平均は68点、80点以上が優良だ。多い月には1万件以上のアクセスがある。「従来の住宅建築は、土地を購入し、建築契約を済ませた後に、地盤調査を行うというフローでした。しかし、外の地盤改良費用がかかることにもなりかねません。地盤カルテを利用すれば、土地の購入前におおよその灾害リスクを確認できます」

仮に、地盤カルテの総合評価が40点でも、改良工事によって80点相当の宅地にすることができる。災害リスクを知らず、対策を打たないことが問題なのだ。

こうしたB to B to Cの取り組みによる災害リスクの見える化は、不動産価格にも影響を与えるそうだ。山本社長は「不動産価格が『土地+建物』から『地盤+土地+建物』になることが、安全な家を建て、資産を守る最大のポイント」と話す。

B to Bの顧客を開拓

億単位のお金をかけて地盤リスクの透明化を図ってきた同社だが、こうした消費者向けの各種サービス自体が、直接的な収益を生むわけではない。主要取引先はあくまで住宅メーカーなので、新たなビジネスとして2015年3月から事業者向け有料サービス「地盤安心マップPRO」の提供を開始した。従来の地盤安心マップに比べ、閲覧できる地図情報・機能が16種類から33種類に増えている。

「用地仕入れや住宅設計などにはもちろん、液状化や土砂災害などに心が高まっているお客様への説明用資料としても利用できます」

B to B to Cの取り組みによって消費者の災害リスクに対する啓発を続ける一方、B to Bの新たな顧客(住宅メーカー)を創造していくというのが現時点での戦略だ。

「施工に災害リスクを把握してもらうことで、安全性の高い戸建て住宅の魅力をもつと訴求し、業界を活性化していきたい」と、山本社長は力強く語る。見据える先は地盤に留まらず、不動産業界全体の未来に及んでいる。