

不動産市場異聞-15
AIは不動産業界の黒船か

大東建託賃貸未来研究所・AIDXラボ所長・麗澤大学客員准教授 宗健

この4月にDX推進室といった組織を新たに作った企業もあるだろう。不動産業界でも様々な不動産テックサービスが生まれており、不動産業界もAIによって大きく変わるとされている。

しかし、ほんとうにAIは業界を大きく変えるのだろうか。そしてそもそもAIやDXとは、なんなのだろうか。

◎AIの範囲は狭くDXの概念は広い

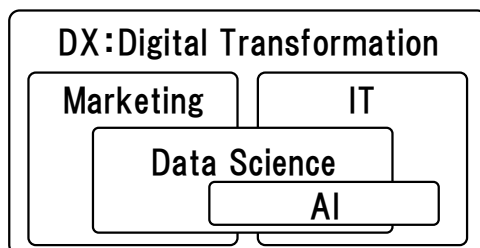
AIには明確な定義はなく、本来はニューラルネットワークを用いた機械学習の手法である深層学習(Deep Learning)やRandomForest・XGboostといった統計手法、自然言語処理などの近年発展した手法でアルゴリズムを構築することを指すことが多かったが、最近では古典的な回帰分析等も含まれるようである。

こうした技術要素としての手法は、ビッグデータを処理するデータサイエンスと組み合わせられて用いられることが多いが、それでもIT全体の技術要素の広がりからすれば、専門性は高いがその範囲はかなり狭い。

また、一方で、2004年にウメオ大学(スウェーデン)のストルターマン教授が提示したDX(Digital Transformation: デジタルトランスフォーメーション)は、経済産業省の定義もあるが、極めて概念的でイメージが難しい。それでも誤解を恐れずにシンプルに言えば、DXとは「データとITを使いこなす」ということになるだろう。

その意味では、DXはその概念が提唱される前から、コマツのKOMTRAXやGEの航空機エンジン事業など様々な分野で取り組みが行われてきた。

更に、IoTについては様々なモノがインターネットに繋がる、という状態を指すIT用語の一つだと理解するのが正しく、IoTを使って何をすることがDXの範疇になる。そしてDXには広い意味でのマーケティングのセンスが欠かせない。



◎競争力を生む統合された取り組み

インターネットとスマホは、この20年で世界を変えたが、それはこの二つが明確な価値

を持つ「サービス」であり「製品」だったためである。そしてそこに様々な企業が価値を上乗せしてきたことで、世界は変わってきた。

一方、製品でもサービスでもないAIという「技術要素」は、直接世界を変えることはできない。世界を変えるのは、AIによって新しく生み出されるサービスであり製品であり、逆説的に言えば、新しく価値があるサービスや製品であればAIが使われていなくても構わない。

不動産領域でも、家賃や価格の推定、入居審査、画像種別の判別など様々なAIを使ったサービスが提供されているが、世界を変えるほどのインパクトはおそらくない。なぜならこれらのサービスは新たな価値を生み出すというよりも、コストを減らす効率化の側面が強いからである。

今求められているのは、個別のサービスではなく、俯瞰した視点から仮説に気づき、必要なデータを集め、AIを使ってアルゴリズムを構築し、それをITシステムに実装して新たな価値を作りだし、圧倒的な利便性とコスト競争力を持つような、市場から受け入れられ価値を認められるビジネスの構造である。それがうまくいった時に、DXと呼ばれるのだ。

(2020年4月7日掲載)

■プロフィール

そうたけし・87年九州工業大学卒後リクルート入社。リクルートフォレントインシュア代表取締役社長、リクルート住まい研究所長を経て現職。博士(社会工学)筑波大学・ITストラテジスト