

事例の紹介（マンション住民向けの場合）

ポイント

差別化、付加価値の向上

背景

不動産市場は、国内における人口の減少、それに続く世帯数の減少。社会環境の変化に伴い、目まぐるしい変化を見せております。

不動産業界もこうした構造変化に直面して、これまでのビジネスモデルでは展望が見えないとして、新たな収益源を確保する方法を模索されており、次のような取り組みが見られております。

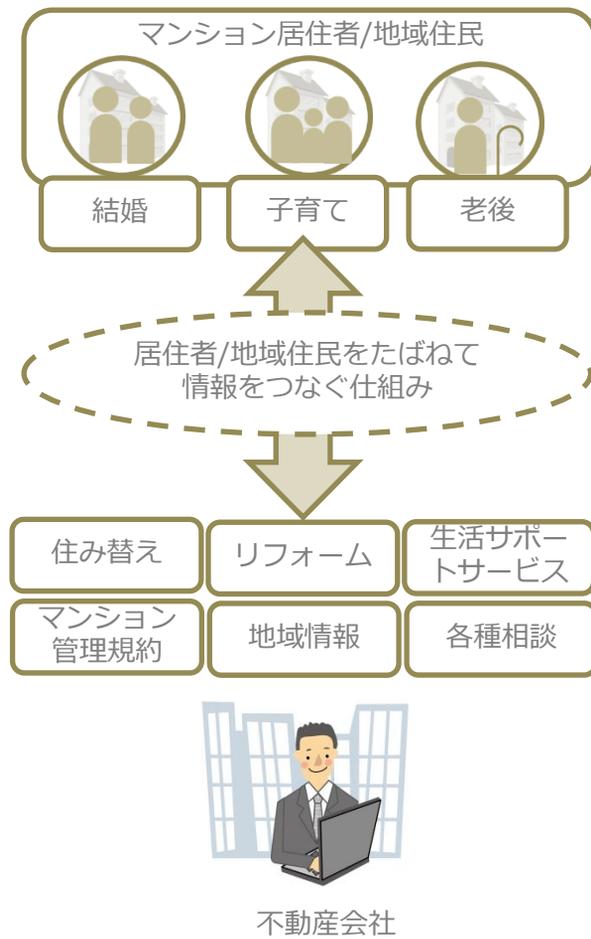
①コミュニティ形成による地域密着ブランド戦略の展開を図る。

②不動産販売特有の一次限り収入ではなく、新しい収益源として、継続的な収入確保（インテリアの販売やリフォーム等）の動きがみられる。

③居住世帯の世代に合わせた生活サポートサービスの提供している。

④さらに将来の売却、場合によっては子育て相談や生活相談まで、住まいに関するトータルサービスを提供をする事を考えられている。

これらを目指すには、顧客が求める情報の提供、顧客管理（会員化）体制の構築、顧客と長くお付き合いができる仕組み作りが重要と捉えられておりました。



使われ方

- 自社アプリサービスとして居住者及び地域住民に配布。
- エリア内管理棟もしくは管理組合単位及び地域住民を区分けし、顧客情報管理。
- 居住者向けには、居住者専用メニュー（管理規約やマンション設備点検のお知らせ、生活支援サービス、住み替え・リフォームのお知らせなど）プラス地域住民と共通の地域ニュース・イベント情報を提供。
- 地域住民には、近隣マンションの物件情報と共通の地域ニュース・イベント情報のメニューを提供。



役割

① 会員情報登録

[不動産会社]

- ・ 会員情報の登録/管理
- ・ 会員向けメニューの管理
- ・ システムサービス運営管理

② コンテンツ登録

[コンシェルジュ会社]

- ・ サイト情報登録/管理、及び情報収集
- ・ 登録カテゴリーの管理/更新
- ・ アンケート運営管理

③ 会員サポート窓口

[マンション管理会社]

- ・ 電話問合せ対応
- ・ メール問合せ対応
- ・ サポート窓口情報掲載