

不動産テック投資家は 有望ベンチャーをこう見分ける

南一弘 氏 [ジャパン・アセット・アドバイザーズ] に聞く

米・不動産テック大手2社に アーリーステージから投資

米国の不動産テックは、住宅や物流などのセクターに関係なく、Find Property（ブローカレッジやマーケティング）、Evaluate & Finance（不動産評価とファイナンス）、Manage Property（AMやPM、テナントマネジメント）、Asset Utilization（不動産オペレーション）にいたるまで、あらゆるカテゴリで戦略支援・業務支援サービスを提供する新興大手企業が出揃っている。

これらベンチャーに投資するエンジェルやベンチャーキャピタルなどの投資家層も分厚い。ほかならぬ私自身もまた不動産テック企業投資家のひとりだ。

私がベンチャー投資家として不動産テック企業に注目しはじめたのは2015年頃のことである。米国の起業家や投資家と話をするうち、他セクターに比べアナログ的といわれてきた不動産業界もまたIT化やAI化が進展すると確信したためだ。

具体的な投資先となったのは、商業不動産仲介・マーケティングの「CREXI」（本社：サンタモニカ市）と住宅仲介サービスの「triplemint」（本社：ニューヨーク市）で、アーリーステージの頃から投資をしている。^{*}

日本の不動産テックベンチャーは プラットフォームを構築せよ

今では大手の一角を占めるまでに成長した両社に共通するのは“グローバルに通用する独自の「プラットフォーム」を構築・提供していること”だ。

残念なことだが、日本の不動産テックベンチャーはこの点で米国勢に大きく見劣りしている。

特定の事業者向けシステムを開発するシステムインテグレーター、いわばクライアント企業の“御用聞き”的役割に甘んじているのが実情である。私がベンチャー投資家として魅力を感じる対象から外れてしまう理由ともなっている。

だが、それは期待の裏返しであることは言うまでもない。圧

※

CREXI



商業不動産の取引を促進するプラットフォーム。
物件情報を登録すると、そのデータを分析しパッケージ資料を自動作成できるシステムをもつ。作成された資料は、これまで人の手に拠ってきたレント/セールスコンプ（取引事例比較）などを網羅。加えて、資料へのアクセス履歴を分析することで、投資家への営業状況やその関心度合いも把握できるという画期的なしくみである。

triplemint



住宅仲介そのものを行うプラットフォーム。
単なる売買マッチングサービスとは大きく異なり、物件情報の共有・分析、ドキュメンテーションの自動化に加え、FacebookやLinkedInといったSNSなどあらゆる情報ソースを活用し、潜在的な売主や投資家のニーズを掘り起こしていけるところがミソである。

倒的なビジョンのもと、不特定多数のビジネスユーザーに受け入れられる新プラットフォーム構築ができるか、不動産テックベンチャーにとって、それが今後の生き残り・成長のカギとなる。

不動産テックベンチャー投資家、グローバルマーケットへの橋渡し役として、そうした国内プレーヤーの登場を待望している。その思いを込めて、私が米国で不動産テックベンチャー企業に投資したポイントをいくつか開陳してみたい。

効率化・自動化以上の付加価値を 生み出せるかがポイント

不動産テックベンチャーへ投資する場合には、いくつか満た

すべき条件があると考えている。

第一に、効率化・自動化以上の付加価値を提供し得るという点。閲覧履歴から推奨物件を自動的にリスティングする、あるいはBPO（Business Process Outsourcing）的に仲介や取引プロセスを支援するソフトやシステムはゴマンとある。

そこにとどまらず、これまで営業マンが担ってきた売り主／買い主とのマッチング、ニーズ発掘などをテック化でどこまで代替できるかに注目している。

SNSなどの情報を分析し、マーケティングに活かすtriplemintはその代表例であった。

第二は、日本のマーケットに導入できるビジネスモデルか否か。私が日本人投資家であることを考えれば、ごく当然な視点だろう。投資先の2社とも最初は日本への関心が低かったが、コミュニケーションを続けるにつれて、米・英に比肩するコア市場としての魅力に気づいたようだ。

近い将来、何らかのかたちで両社のサービスを日本にも紹介したいと考えている。

第三は、不動産テックベンチャー投資に限った話ではないが、既成概念や商慣習を打破して、効率かつ実り多い市場を実現しようとする強い熱意を持っていること。

個々の企業のニーズを探りそれに見合ったシステムを提供するのみでは大成は見込めない。

目指すべきビジョンがまずあって、その手段として製品なりサービスを開発していく。かつてのアップルしかりグーグルしかり——。その圧倒的な迫力こそが新しい市場を生み出す原動力となるのだ。

テック化に適応できるプレーヤーが 有利な投資機会をつかむ時代へ

冒頭、米国では不動産テックベンチャーが百花繚乱と述べたが、すでにあらゆる分野・サービスでプレーヤーが出そろっており、競争も激烈である。非上場ながら堂々たる売上・資本規模を築いている企業も少なくない。

よって、この分野で新たにベンチャーを立ち上げ、あるいはそこに投資家として資金を入れて頭角をあらわしていくことは並大抵のことではない。

これからはより力のあるベンチャーが他のベンチャーをM&Aすることで機能を補完し、さらに巨大化していくステージに



南一弘氏
ジャパン・アセット・アドバイザーズ
代表取締役社長

入るはずだ。

IPOを目標とするだけでなく、プライベートでの株式売却、あるいは特別買収目的会社（SPAC：Special Purpose Acquisition Company）を活用した上場も一層活発になってくるだろう。

なおSPACについて簡単にふれておくと、SPACは事業を行わない“空箱”を上場させ、上場後にベンチャーを買収していくもの。SPACに買収された企業は、従来の煩雑な手続きを経ることなく株式上場が可能になる。米国で急速に存在感を高めており、近い将来日本にも類似のスキームが導入されるかもしれない。

米国から始まった不動産テックの潮流はこれまで以上に日本の不動産マーケットに強い影響を与えるはずだ。

日本市場ではここ20年余りの間に急速に不動産金融化・グローバル化が進み、外国人投資家の存在感は増している。

好むと好まざるとに関わらず、彼らが求めるインフラ・ツールに適応できるプレーヤーがより良い投資機会に恵まれることになるだろう。

不動産テックベンチャー投資にあたり日米間を往復し、多くの企業家や投資家と関係を深めてきた経験を活かしつつ、今後は両国間の有力不動産テック企業の橋渡しや、投資の水先案内役を積極的に担っていきたいと考えている。