



DXPの「勝手にDX」提案《概要版》

デジタル時代の不動産革命

ヒューリック株式会社への戦略提言

本提案は、ヒューリック株式会社の不動産事業を「デジタル時代のビジネス」へと変革するための包括的な戦略提言書です。現在の優良なビジネスモデルを分析し、持続的成長を実現するための抜本的な変革案を提示します。

株式会社DXパートナーズ

2025年11月22日

ヒューリックの現在地

戦略的ポジショニング

東京23区を中心とした好立地資産の集積と、独自の「3K戦略」（高齢者・観光・環境）による差別化を実現しています。

ビジネスモデル

不動産賃貸事業を中核に据え、リスクの高い開発を限定的に行い、保有資産の入替とバリューアップで収益を最大化しています。

競争優位性

旧富士銀行の店舗ビル管理から出発し、みずほグループとの強固な関係性と財務基盤を持ち、業界屈指の高収益体質を誇ります。



不動産事業の基本構造



ソーシング

好立地にある老朽化物件や権利関係が複雑な物件を取得します。



バリューアップ

建替えやリノベーションを通じて、耐震性能、環境性能、デザイン性を向上させます。



リーシング

優良なテナントと長期の賃貸借契約を締結します。



マネジメント

安定的な賃料収入を得ながら、適切なタイミングで売却も視野に入れます。

現在の競争優位性

アナログ時代における強み

- **好立地資産の圧倒的な集積:** 銀座エリアなど、複製不可能な「場所」の価値
- **強力な金融バックボーン:** みずほグループとの関係性による資金調達力
- **独自の目利き力と企画力:** 将来性のある物件を見極め、時代のニーズに合わせて用途転換する能力

3Kビジネスの展開

社会構造の変化を見据え、成長ドライバーとして位置づけています。

1. 高齢者施設への投資
2. ホテル・旅館(「ふふ」シリーズ等)
3. 環境配慮型ビルの開発



重要な判定結果

アナログ時代の ビジネス

DXPの定義に基づく多角的分析の結果、ヒューリックの不動産事業は「アナログ時代の、アナログを前提にしたビジネス」に分類されます。これは、所与の市場において、物理的資産に依存した線形的な成長モデルであることを示しています。

アナログ vs. デジタル: 詳細比較

判定項目	デジタル時代のビジネス	ヒューリックの現状
事業前提	デジタルを前提(世界を再構築)	アナログを前提(効率化ツールとして活用)
ビジネスの場	顧客価値交換・共創の場	所与のマーケット
顧客価値	体験価値・共感価値	交換価値・使用価値・知覚価値
データ活用	フィードバックループを持つ	管理データが主
企業アイデンティティ	ソフトウェア企業	不動産保有・賃貸企業
ネットワーク効果	あり(ノンリニアな成長)	なし(リニアな成長)

現状維持のリスク

レッドオーシャン化の深刻化

「立地」と「スペック」を売り物にするビジネスは、最終的には資本力の殴り合いに帰結します。スペックが横並びになれば、価格競争による収益性の低下を招きます。

デジタル破壊者による中抜き

WeWorkやAirbnbのようなプラットフォーマーは、不動産を保有せず「空間の利用権」と「顧客体験」を掌握しています。顧客との接点を奪われ、単なる「箱の提供者」に転落するリスクがあります。

資産の陳腐化リスク

リモートワークやメタバースの普及により、「都心の一等地にある固定されたオフィス」の価値が相対的に低下する可能性があります。

無選択型意思決定時代の到来

生成AI時代には、AIエージェントが最適な物件を提案し、人間はそれを承認するだけとなります。デジタル上での「存在」が消滅するリスクがあります。

変革の必要性

ゲームチェンジャーではなく ルールチェンジャーになれ

「より良いビルを作る会社」ではなく、「人々の人生のコンテキストを最適化するソフトウェア企業」への変革が必要です。物理的な不動産資産を「コンテナ」そして再定義し、AIエージェントによる「無選択型意思決定」を支援する「顧客価値交換・共創の場」を構築します。





新しいビジョン

Hulic Life-OS

ヒューリック・ライフ・OSは、物理的な不動産資産を「コンテナ」として再定義し、AIエージェントによる「無選択型意思決定」を支援する「顧客価値交換・共創の場」です。ネットワーク効果を発揮させることで、競合他社が追従できない高い参入障壁とブルーオーシャンを創出します。

Life-OSの核心コンセプト

コンテキスト理解

AIがユーザーの状況や文脈を深く理解し、最適な空間とサービスを提案します。



コンテナ提供

物理的な不動産資産を、デジタルサービスを提供するためのインターフェースとして活用します。



コア・プラットフォーム

全てを統合する中核プラットフォームとして機能します。



コンテンツ連携

多様なサービスプロバイダーと連携し、豊かな体験を提供します。



6つの創造フレームワーク



場の創造

都心に点在する施設を一つの巨大な「仮想キャンパス」として統合します。



顧客の創造

「より良い人生・働き方を求めている人」を会員として創造します。



顧客価値の創造

「場所を探す・予約する・契約する・移動する」という摩擦を消滅させます。



稼ぎ方の創造

サブスクリプションとレベニューシェアで稼ぐモデルに転換します。



回し方の創造

データドリブンな空間制御で、常に最適化し続けます。



成長の創造

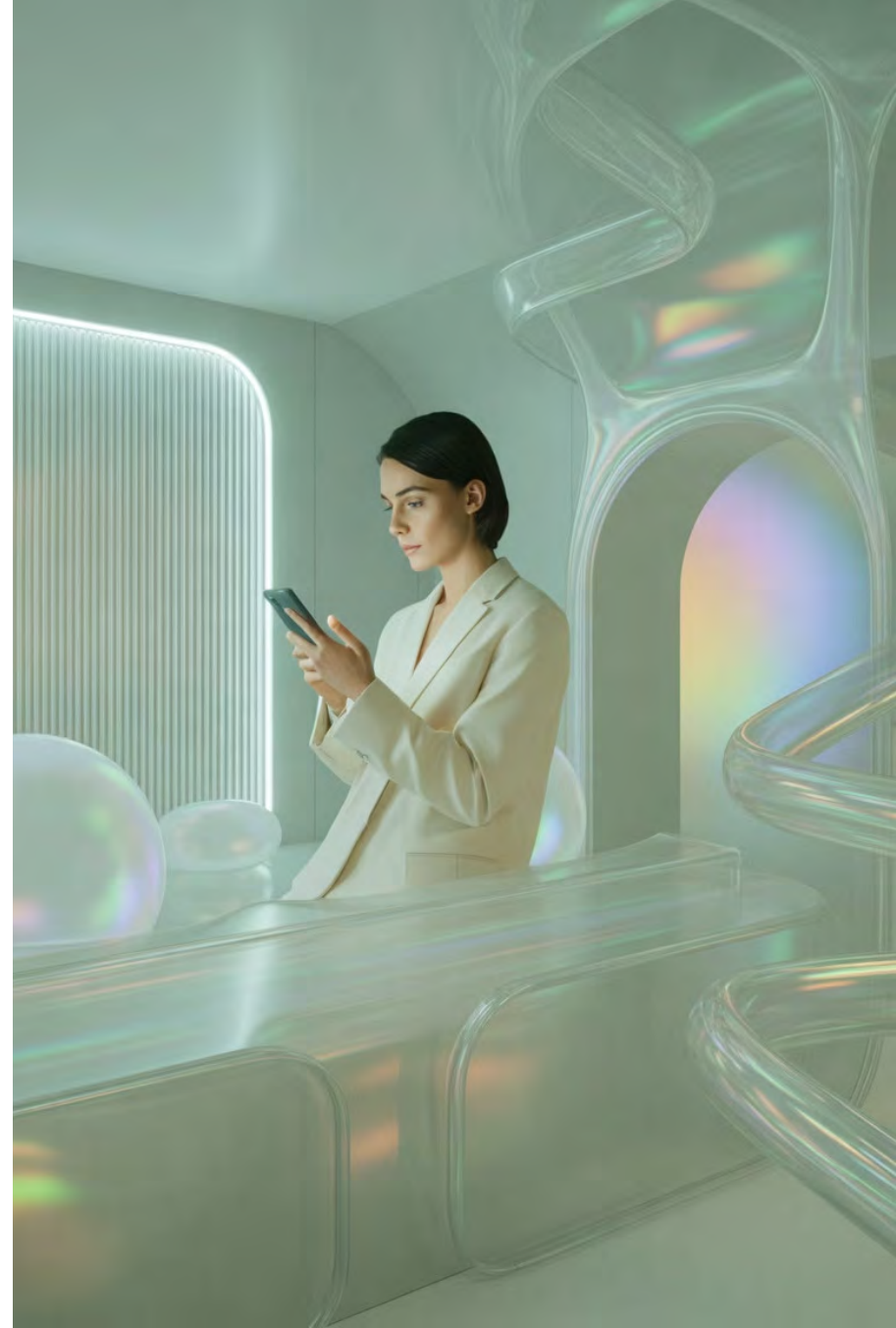
ネットワーク効果によるノンリニアな成長を実現します。

新しい顧客体験

フリクシヨレスな人生体験

AIエージェントがユーザーのスケジュール、バイタルデータ、過去の行動履歴を解析し、「今、何が必要か」を予測します。保有する膨大な不動産ポートフォリオの中から最適な場所をマッチングし、照明・空調・家具配置・香り・BGMなどをIoTでユーザー好みに自動調整して提供します。

「何も言わなくても、自分にぴったりの空間が用意されている」という魔法のような体験を実現します。



データ活用の仕組み

収集するデータ

- **ユーザーコンテキストデータ:** 位置情報、スケジュール、バイタル、睡眠の質、移動履歴、嗜好性
- **空間環境データ:** CO2濃度、騒音レベル、混雑度、温湿度、照度、電力消費量
- **インタラクションデータ:** サービスへの評価、滞在時間、視線データ、表情解析データ

価値への変換

ハイパー・パーソナライゼーションにより、個客ごとに最適化された提案を行います。

空間稼働率の最適化により、リアルタイムでニーズを把握し、空間の機能をデータドリブンでアップデートし続けます。



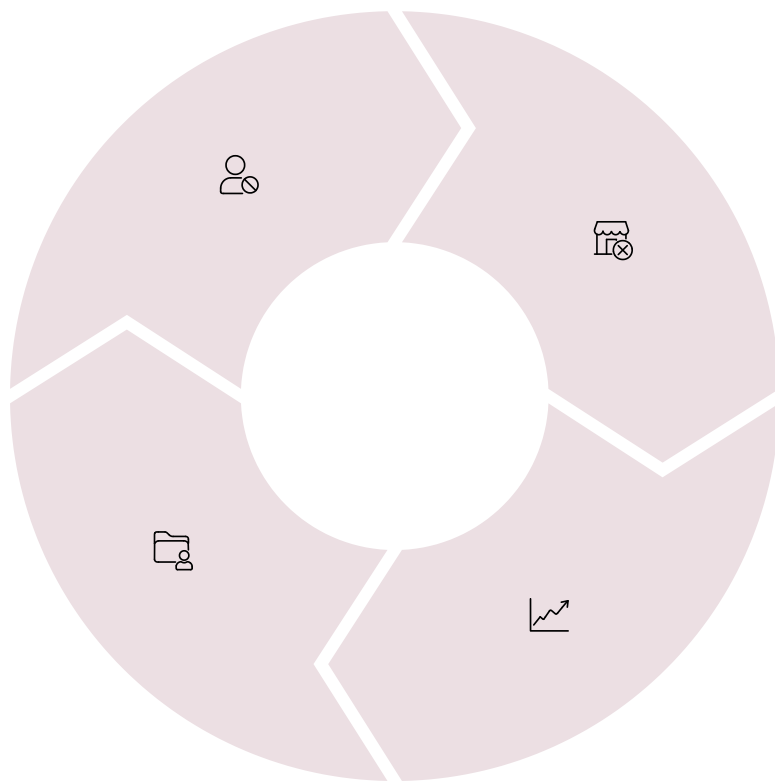
ネットワーク効果の発揮

ユーザー増加

より多くのユーザーがプラットフォームに参加します。

データ蓄積

AIのマッチング精度と空間制御の精度が向上します。



サービス充実

多様なサービスプロバイダーが集まり、サービスの質と量が向上します。

価値向上

場の価値が高まり、ユーザー体験が向上します。

収益モデルの転換

従来モデル

固定賃料収入

- 坪単価 × 面積
- リニアな成長
- 資産規模に依存

新モデル

サブスクリプション + レベニューシェア

- 月額利用料
- サービス手数料
- ノンリニアな成長

賃料という重い固定費から、Life-OSの利用料としての対価へ転換します。プラットフォーム上で発生した取引からの手数料収入により、不動産賃貸業から「トランザクションビジネス」へと収益構造を多角化します。

類似事例からの学び

Oyo Hotels

中小ホテルをフランチャイズ化し、独自OSで世界最大級のチェーンに。デジタル活用は参考になるが、品質管理の失敗は反面教師です。

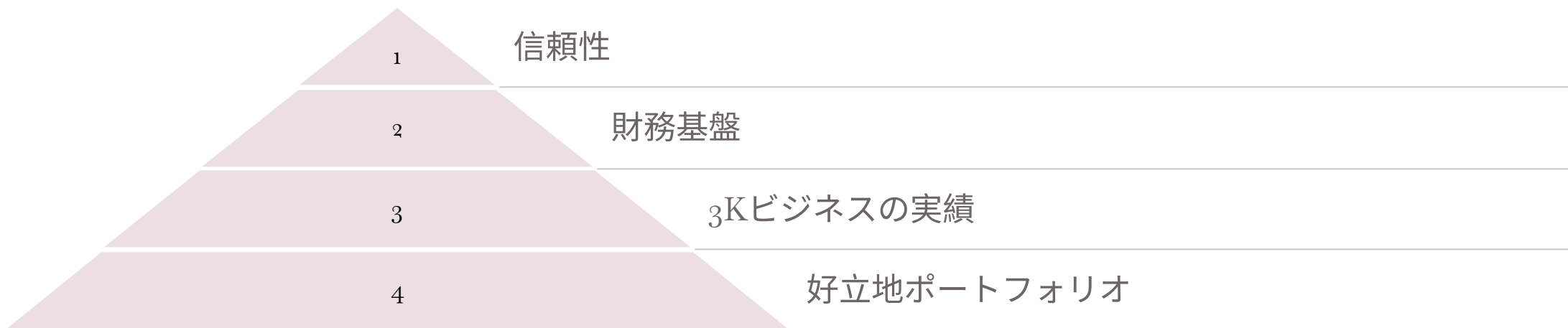
WeWork

「Space as a Service」を掲げたが、期間のミスマッチによるリスクが敗因。コミュニティの価値創造は参考になります。

柏の葉スマートシティ

特定エリアに限定された取り組み。ヒューリックは「点」のネットワークとして都市機能を提供する戦略が合理的です。

ヒューリックの競争優位性



既存アセットは、デジタルネイティブ企業には決して真似できない強力な「Moat(参入障壁)」となります。銀座や主要駅前に多数の拠点を持つヒューリックは、ユーザーにとって最もアクセスしやすいリアルタッチポイントを既に握っています。

リスクと対策

リスク	対策
カニバリゼーション	新規物件からスモールスタートし、徐々に適用範囲を拡大。固定賃料の減少分を、プラットフォーム手数料と高単価なオンデマンド利用料で補います。
組織文化の壁	デジタル専任部隊を「出島組織」として設立し、外部からテック人材を積極登用。人事評価制度を加点主義へ変更します。
データプライバシー	Privacy by Designを徹底し、データの所有権はユーザーにあることを明確化。透明性の高いデータ管理基盤を構築します。

実装ロードマップ

フェーズ₁: 実験

新規物件の一部フロアでパイロット実施。データ収集基盤の構築とAIモデルの開発を開始します。

1

フェーズ₃: 統合

全施設をLife-OSプラットフォームに統合。ネットワーク効果を本格的に発揮させます。

3

フェーズ₂: 拡大

成功事例を横展開し、複数拠点でサービスを提供。会員数を段階的に増やします。

2

フェーズ₄: 進化

他社不動産もネットワークに組み込み、アセットライト化を推進。業界標準のプラットフォームへ成長します。

4

経営層への提言

「不動産屋」を辞め、「人生のOS」を創る企業へ

ヒューリックはこれまで、卓越した「目利き力」と「再構築力」によって、不動産業界のゲームを見事に勝ち抜いてこられました。しかし今、目の前にあるのは、「不動産の常識」がデジタルによって根底から覆されようとしている現実です。

「将来を予測する最善の方法は、自分でそれをつくり上げること」

「ゲームチェンジャー(既存ルールの勝者)」に留まっていたは、いずれゲームそのものが消滅します。「ルールチェンジャー(新ルールの創造者)」になり、自らの手で未来を創り出してください。

貴社には、それを実現するための「場所」、「資金」、「信用」という最強の武器が既に揃っています。足りないのは、「デジタルを前提」にすべてを再設計する覚悟と、ソフトウェア企業へと生まれ変わる決断だけです。

Hulic Life-OSへの変革は、単なる新規事業ではありません。それは、貴社が100年先も社会に必要とされ続けるための、唯一の生存戦略です。