AI×衛星データで実現する、紹介に頼らない用地仕入れ

用地仕入れの効果を最大化する
業務プロセス大改革

WHERE

オフマーケット情報を
どの程度キャッチアップしていますか？



オンマーケット情報

ポータル掲載／仲介紹介
広告チラシ／競売物件
一括査定サイト など

オフマーケット情報

空家・空地
未公開の売却意向
相続直後物件
企業の遊休地 など

山本 哲朗

Tetsuro Yamamoto

営業として数多くの不動産・再エネ事業者の　WHERE導入を支援。建設的なコンサルティングを得意とし、初期導入だけでなく運用開始後の成果創出に向けたアクション設計まで伴走支援を行う。



＼こんなお悩み、ありませんか？／

用地仕入れ業務には、三つの壁がある。



Issue　特定の担当者に**人脈・経験が集中**しすぎている

Issue　一括査定や紹介ルート頼みの**受け身の情報収集**をしている

Issue　謄本管理・リスト作成などの**手作業が多すぎ**る

⇒営業活動の**非効率**が、組織成長の妨げに



なぜ「仕入れられない」のか

やる気の問題だけではなく、用地仕入れ業務に特有の **構造** が原因

人脈・情報が個人に属する

手帳やExcelなど、
担当者が持つ情報が
チームに還元されない

物件情報が手に入らない

一括査定・紹介案件は
量・質にバラつきがある

プロセスが多い

業務量が多く、
探索～成約までを
一人で追い切れない

⇒ 仕組みを変えれば、理想的な仕入れをできるようになる

ただし、現状の業務プロセスを続けていては
抜本的な課題解決は難しい

人脈・情報が
個人に属する
↓
全ての情報を
共有する

物件情報が
手に入らない
↓
直接的な
アプローチ

プロセスが
多い
↓
煩雑な作業を
自動化する



これ、全てWHEREでできます

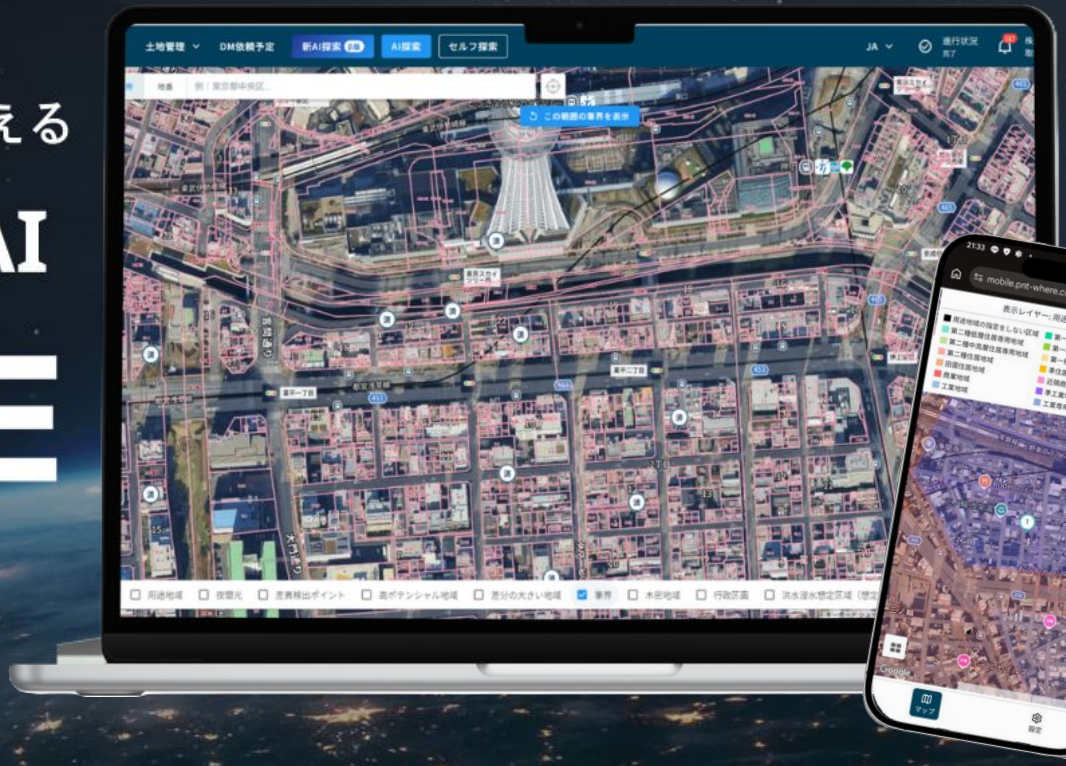
JAXA STARTUP

東大IPC

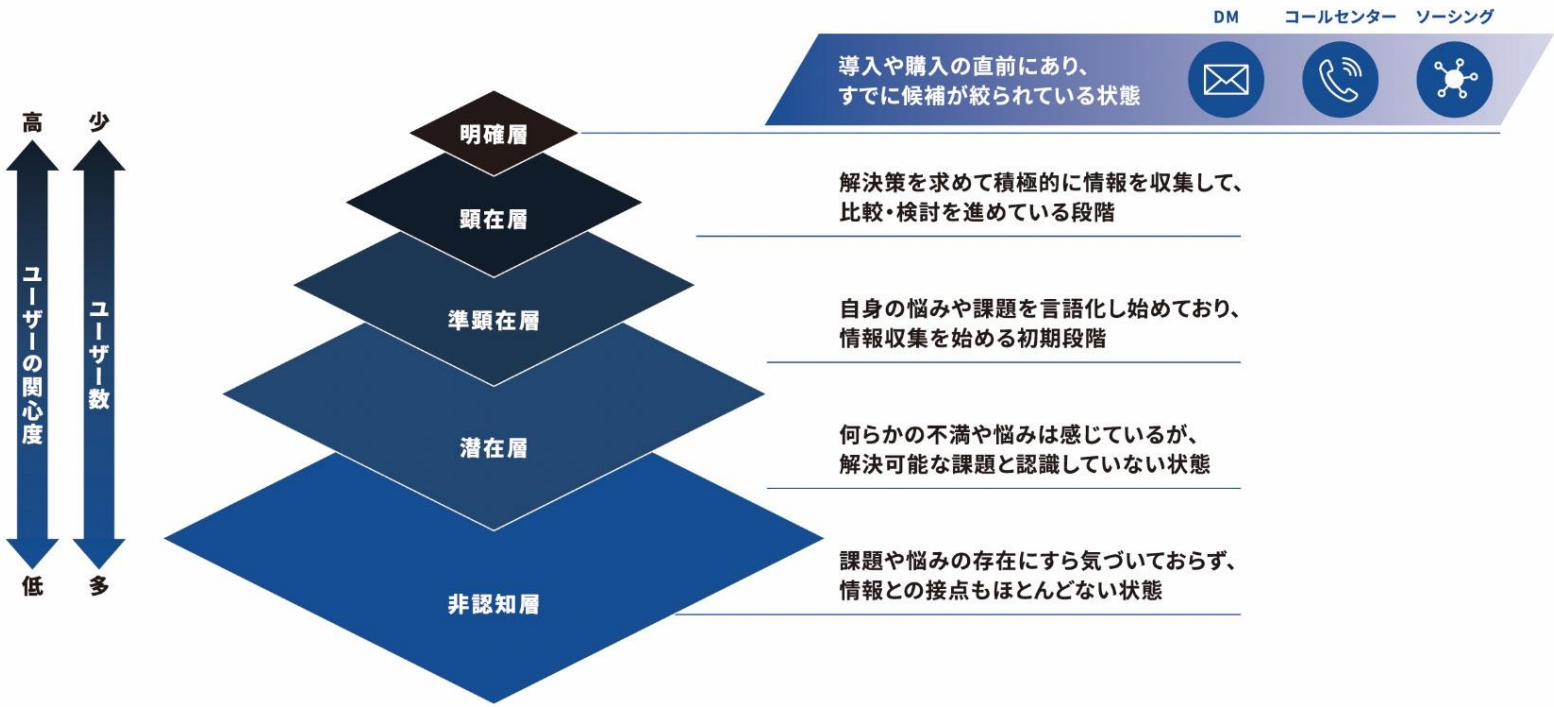
宇宙から用地仕入れの常識を変える

JAXA発！
世界初！ 不動産探索AI

WHERE



顧客段階に合わせたソリューションを提案



© 2026 WHERE Inc.

WHEREが実現する、見える化フロー



膨大な時間がかかっていた部分

あいまいだった部分

見えていなかった部分

効率化・一元化

可視化

精緻化

①探索　衛星×AIで候補地を自動探索

候補物件

315 件

エリア *

地点の半径　エリア

埼玉県さいたま市大宮区 大宮駅 ×

半径下限なし ～ 半径 1000m

対象 *

空き地　古屋根の建物

コインパーキング　月極駐車場



②管理 地番変換や登記情報の取得がリスト上で完結

これまでの運用		WHERE導入後の運用
✕ 見つけた土地を**手作業で**Excelに転記	→	✓ **ワンクリックで** リストに追加
✕ **1件ずつ**住所を地番に変換	→	✓ リスト追加時に地番も**自動反映**
✕ **法務局より**登記情報の取得	→	✓ 選択した候補地の登記情報を**一括取得**
✕ 情報は**各自が個別に管理**	→	✓ リストの情報は**リアルタイムで共有**

Before

After

③記録　モバイル版から商談内容を直接入力



・商談の内容や次回のアポイントなどをその場で入力可能
・現況の変化や現場の画像も一括で保存できる
・現地で入力したメモがそのまま営業日報の代わりに

③記録　情報がデータバンク化し、営業行動を可視化

動きが分かる！

チームの動きを
リアルタイムで把握

- ✔ 地図上のピンで動きが「見える」
- ✔ メンバーの得手不得手を知るきっかけに

効果が広がる！

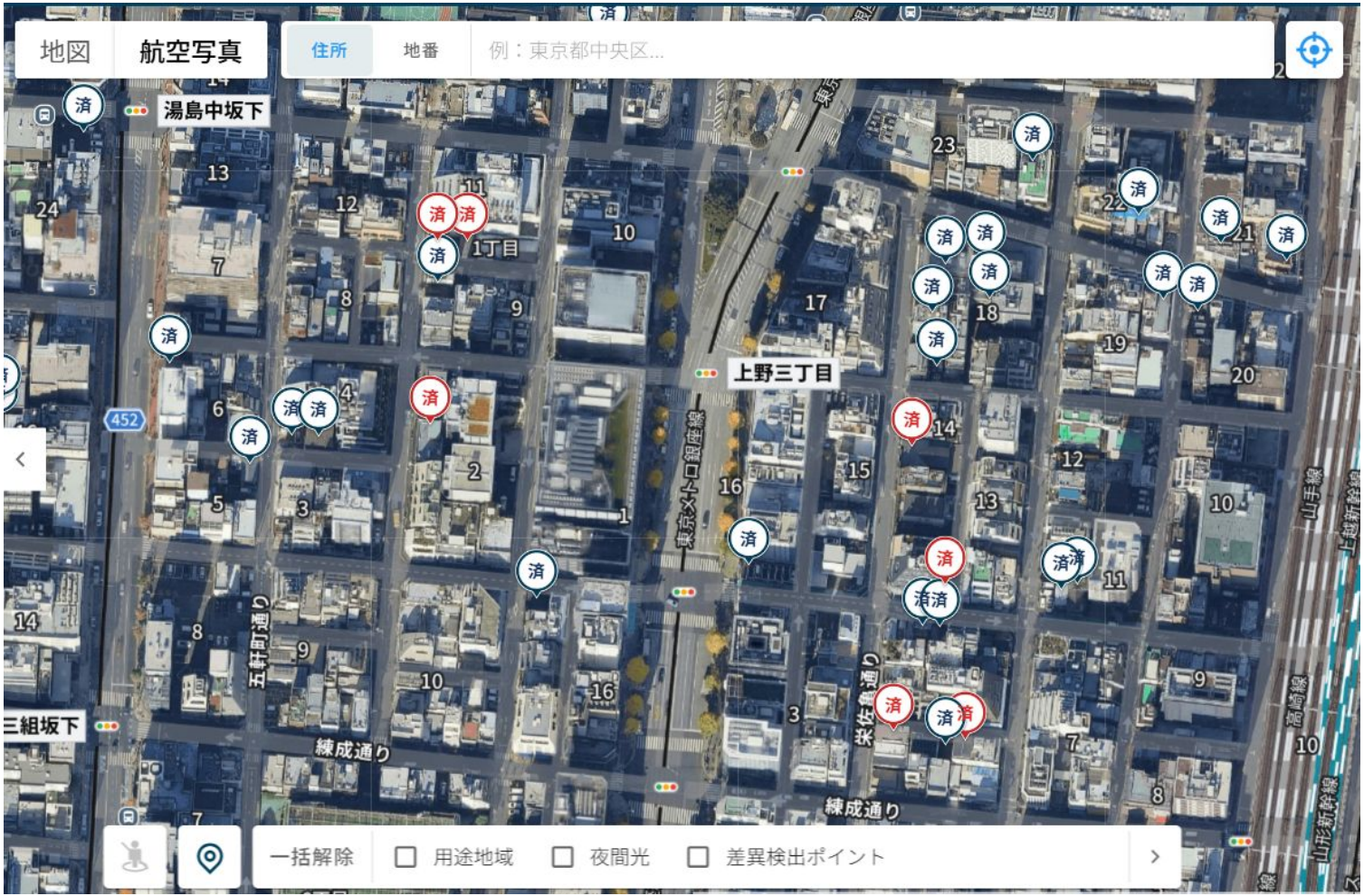
チームのナレッジを
横展開

- ✔ トップ営業の動きを全員で共有
- ✔ 自社の勝ちパターンが分かる

攻めどころが
見つかる！

手つかずの土地が
浮かび上がる

- ✔ 人員が手薄な地域を特定できる
- ✔ 競合と自社のカバーエリアを比較できる


地図
航空写真
住所
地番
例：東京都中央区...
湯島中坂下
1丁目
上野三丁目
東京メトロ銀座線
五軒町通り
練成通り
452
一括解除
用途地域
夜間光
差異検出ポイント

④報告　データを経営への報告資料に

見える化できているから
より正確な状況が伝わる



・行動量と商談率の相関関係
・受注案件と失注案件のプロセスごとのリードタイム比較

など、さまざまなデータを活用可能

使うたびに地図が賢く、強くなる

01.探索
既存の情報を元に白地を特定
まだ見ぬ新たな候補地を探す

02.管理
情報が常に更新され、
リストそのものが資産に



03.記録
情地権者情報や現況、商談内容が
どんどん積み上がる

04.報告
すべての情報が見えるから
現状と次の目標が明確化

土地を探すツールから、チームで育てる戦略地図 へ。



ツールは「導入して終わり」ではありません

使われない／更新されない を防ぐことが重要

WHEREは「成果」にコミットするために
導入後も伴走します

営業担当とカスタマーサクセス担当が専任で貴社をアシスト



・社員のみなさまへの導入研修
・仕組み定着のための定例会実施
・導入成果のレポート作成

など

さらに、効果の高い DM送付オプション で
営業担当が商談に集中できる状態へ



ここからは
WHEREを導入いただいた
企業様の**事例**を一部ご紹介
します



【導入事例①】ハーバーエステート株式会社
（新潟県／総合不動産会社）

導入前の課題

地図を利用して空き家候補や駐車場など活用可能性のある用地をリストアップ。

同じエリアを繰り返し巡回する中で、どのように効率的に情報収集を行い、新規候補地の開拓につなげていくかが課題となっていた。

導入効果

mobile版を活用し、これまで紙地図で行っていたリストアップ業務をデジタル化。調査員があまりにも早く帰社したことに管理者もびっくり。

今後は「WHERE」に既存リストを取り込み、既存候補地を確認しながら新規候補地の開拓を進めることで、案件数のさらなる増加が期待されている。

【導入事例②】M社（九州／不動産売買・不動産仲介）

導入前の課題

従来より目視や現地調査といったアナログで属人的な手法で仕入れを行っており、商圏拡大に伴い、候補地探しに要する時間と手間が大幅に増加。増員ではなく個々の生産性向上で対応するため、属人化したオペレーションを脱却し、広域エリアでも効率的に動ける体制の構築が大きな課題に。

導入効果

用体制の確立と行動量の最大化：

候補地のリストアップから地権者訪問までのフローを型化したことで、商圏拡大に伴う行動量を安定的に担保できる体制を構築。

着実な成果創出：

「WHERE」で抽出した候補地へ戦略的にアプローチした結果、短期間で7件の案件化を実現。

【導入事例③】全国展開パーキング事業者　S社

導入3か月での成果

アプローチ数	案件化	成約
863件	74件	9件

導入前の課題

活動が属人的。誰が何をしているかマネジメント層にも見えなかった

担当者の声

「注力ポイントが明確になり、量と質、両面での伸びしろが見えてきた」