

書籍企画書：「絆が生む新しい価値－不動産投資と人生戦略」

著者名：大和小路 成明

---

### 構成案（3部構成）

#### 第1部：カスタマージャーニー－ある顧客が体験した密度の高い三日間の記録

##### －「3日間で生まれた絆」－

この章では、私（大和小路 成明）が経験した、不動産テック会社のサービスを通じた「リアルなカスタマージャーニー」を、ドキュメンタリー形式で綴ります。

ただの投資商品を購入するのではなく、「不動産投資を通じて新しいライフスタイルを築く」という視点で、カスタマーとしてどのようなプロセスを歩んだのかを詳細に記録します。

また、短期間の間に交わされた営業担当、マーケティングチーム、経営陣とのコミュニケーションの変遷を振り返り、「投資家と企業の関係がどのように深化するのか」を描きます。

##### 主なエピソード：

###### 1. 株主総会での気づき

- 不動産テックの未来に対する期待と懸念
- 企業としての「絆」とは何か？

###### 2. マーケティングチームとの関わり

- 企業の「意志」を伝える動画撮影プロジェクトへの関わり
- 不動産投資の「商品」と「体験」の違い

###### 3. 営業担当とのやり取りから生まれた信頼

- 生成AIの導入問題を巡る議論
- 営業担当者の本音と、企業の方向性

→この3日間の経験を通じて、「単なる不動産投資」ではなく、「企業と顧客の絆」がどのように形成されるのかを示します。

---

#### 第2部：対談形式「顧客と企業が生み出す新たな価値」

##### －「対話を通じて見えてくる未来」－

この章では、カスタマーと企業との関係をより深く掘り下げるために、対談形式で構成します。

対談相手は、「企業の集合意識」としてのアバター。実際に動画撮影を担当したメンバーの経験や想いを反映し、彼らの意見をまとめた「擬人化された存在」として登場させます。

##### 主なテーマ：

1. なぜ不動産投資において「絆」が重要なのか？
2. 不動産業界におけるテクノロジー活用の可能性と課題
3. 営業、マーケティング、カスタマーサポートの連携が生む「本物の価値」

この対談では、単なる物件販売を超えて、「顧客と企業がどう向き合うべきか？」を考えます。

---

### 第3部：鼎談（イニシャルトーク）「マーケティング×営業×投資家が描く未来」

#### －「テクノロジーと人間の絆は共存できるのか？」－

この章では、異なるバックグラウンドを持つ3人が、それぞれの視点から「企業と顧客の関係」「マーケティングと営業の役割」「不動産投資の未来」について議論する鼎談を収録します。

登場人物（イニシャルトーク）：

- ・ KM氏（/ Chief Communication Officer / 広告代理店出身）
- ・ KZ氏（/ 営業リーダー / 証券会社出身）
- ・ TN氏（/ 投資家 / 電子部品メーカー出身）

鼎談では、「広告代理店×証券会社×電子部品メーカー」という異なる視点から、不動産テック会社の未来、マーケティングと営業の融合、不動産投資の新たな形について語り合います。

主なテーマ：

1. 「マーケティングの力で不動産投資の概念をどう変えられるか？」
2. 「営業とマーケティングが協力することで生まれる新たな顧客体験」
3. 「FIRE（経済的自由）を支える企業と顧客の関係」

鼎談を通じて、「企業と顧客の関係性はどうあるべきか？」を掘り下げ、読者が自分ごととして考えられるような構成にします。

---

#### 書籍のテーマ：「絆が生む新しい価値」

##### －単なる投資ではなく、「人と企業」「個人と社会」をつなぐ新しい投資の形－

不動産投資を資産形成の手段としてだけでなく、「企業と顧客」「投資家と社会」の関係を見つめ直す機会として捉え、企業が持つべき「顧客との絆」とは何かを提起する。