

URBAN-REPORT

<http://www.urbankk.co.jp>

発行人 ㈱アーバン企画開発 三戸部 啓之

始まる不動産のデジタル化 ～VR 内見～

2016 年 10 月、ソニーから PlayStation VR が発売されるや否や、空前の VR (バーチャルリアルティ) ブームが巻き起こった。ヘッドセットと呼ばれる VR 装置を眼鏡のように装着することで、任意の仮想空間が目の前に再現される仕組みのデジタル技術だ。憧れのゲーム世界に飛び込んだり、時間が無くても自宅にいながら世界旅行を楽しんだり、まさに近未来感覚を味わえる夢の装置といっても過言ではないだろう。

PlayStation VR



“ PlayStation VR が対応するのはゲームだけではない。映画や 360 度映像などを、映画館で鑑賞しているかのような迫力を味わうことができる。(※1) ”

※1 出典

<http://www.jp.playstation.com/psvr/fe>

こうした人気や需要を背景に、いま不動産業界でも VR が普及しつつある。

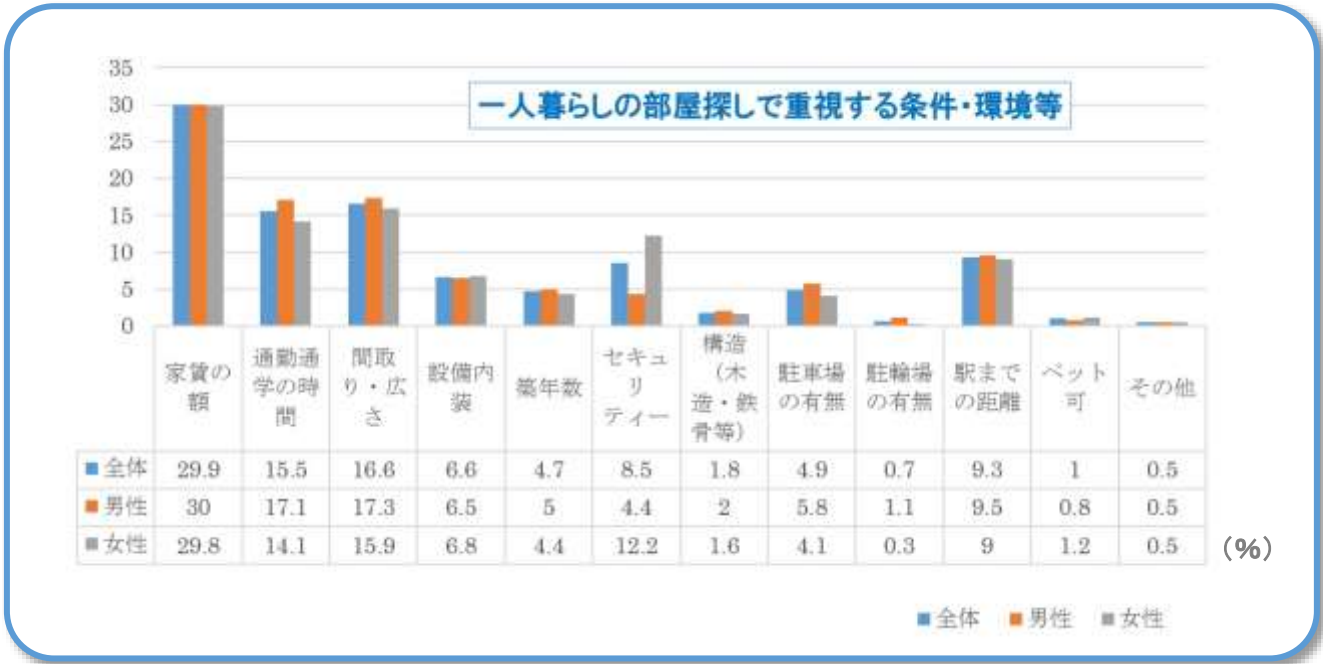
不動産会社向け VR システムを開発するナーブ (東京都千代田区) は、2017 年 4 月より、大和ハウスグループの大和エステート (東京都江東区) が運営する仲介店舗に物件の VR 内見と接客が可能なシステムを導入した。

店舗にいながら物件を内見できる為、物件を探す顧客側、案内・紹介を行う仲介業者側のどちらにも大きな利点のある仕組みとなっている。顧客側は、仕事が忙しい等の理由で時間が無くても、移動時間を考慮せず物件の内見ができる。また、転勤等で遠方の物件を探している場合、自宅近くの店舗へ来店し VR 内見をすることで、現地までの交通費の節約もできる。仲介業者側は、現在の入居者が退去前であっても内見が可能であったり、時間帯や天気の影響を受けずに内見ができたりと、集客効果の上昇が期待できる仕組みだ。

ナーブが開発した VR システムの仕組みは、まず従業員がスマートフォンの専用アプリを利用し、該当物件の撮影を行う。次に、QR コードと呼ばれる二次元バーコードを作成し、物件のチラシに記載する。最後に、顧客が QR コードをゴーグル型の VR 装置で読み取り、覗き込むと物件の映像が映し出される仕組みとなっている。顧客の体の動きに映像が連動する為、平面の映像ではなく、360 度の室内空間が再現される。あたかも実際に室内を移動しているかのような体験ができるのだ。

今後の更なる普及が期待される VR 内見。実際の需要はどこにあるのだろうか。次頁の表は、全国宅地建物取引業協会連合会が 2011 年 3 月に発表した、「一人暮らしに関する意識調査」のアンケート調査結果 (数値はパーセンテージ) である。

調査対象は日本国内における全地域で、性別は男女両方、1,291 件の回答数が集まった。インターネットを用いた本調査結果によれば、「家賃の額」が 29.9% で 1 位、「通勤通学の時間」が 15.5% で 2 位、「間取り・広さ」が 16.6% で 3 位となっている。



本調査結果の中で、「間取り・広さ」「設備内装」「セキュリティー」の3点に関しては、特にVR内見が役に立てるだろう。VR内見における最大のメリットは、物件まで足を運ばなくても、バーチャル映像によって実際に目で見て確認できることである。上記の3点については、仲介業者で物件の資料を紙面で読んだり、スーモやアットホーム等のインターネット媒体を用いて写真を見たりするだけでは、顧客にとっては実際の物件状況が思い描きづらいことが欠点となる。しかし、VR内見によって室内を360度見まわすことで、所有する家具が引っ越し先の物件に配置できるか、洗濯乾燥機や食器洗浄機等の設備はあるのか、TVモニター付きのオートロックが設置されているか等、目視で確認することが可能となる。仲介業者より書面のみで説明を受けた場合と異なり、顧客は引っ越し後の生活がより思い描きやすくなることで、お互いに納得できる賃貸借契約を結ぶことができるのだ。

技術が進化すれば、VR空間の臨場感は増し、現実空間の体験とほぼ同じになるだろう。そうなれば、何かを体験することに関して、物理的な距離は問題にならなくなる。「移動」という行為の必要性が改めて問い直される可能性もあり、お部屋探しの新しいスタイルが開発されている。

今後、不動産業者による物件の紹介や案内は不要になり、契約もコンビニで決済を行い、入居者が不動産業者を介せず部屋探しをする未来が予想される。ただ横から来たものを事務的にさらに横へ流すだけの不動産業者は情報化についていくことが出来ないだろう。

不動産業者の業務の中で情報化されないものとは考えたとき、その持ち味は交渉力（提案力）ではないかと思われる。交渉（提案）は対人間のコミュニケーションであり、人間としての力がまだまだ必要とされる分野である。法律関係の助言、物件調査、賃貸を探している方と貸したい方の橋渡し、不動産のお悩みを解消させる為にも情報化では補えない所を鍛える事が、今後の不動産業として求められる姿かもしれない。