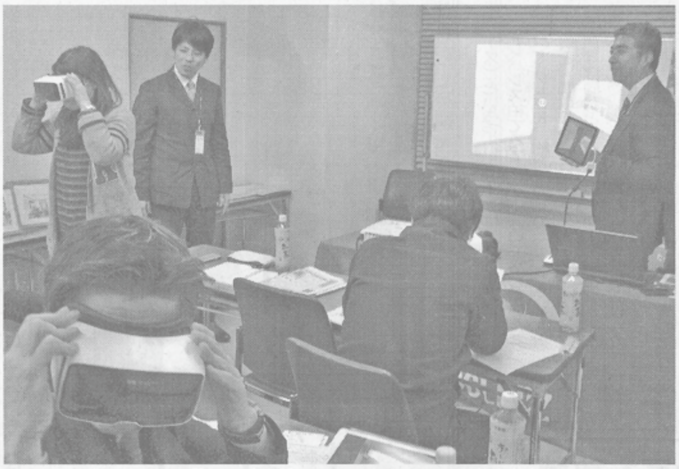
住宅産業新聞
発行所　住宅産業新聞社
発行人　宮村昭広
編集人　桑島良紀
〒160-0022 東京都新宿区新宿6-28-8
ラ・ベルティ新宿1101
電話　東京　(03)6233-9611(代表)
ファクシミリ　(03)3204-5255
郵便振替口座　00110-6-35337番
編集部　housenews@housenews.jp
企画部　jutaku@housenews.jp
http://www.housenews.jp

©住宅産業新聞社　2017

地域ビルダーや工務店　ＶＲ（バーチャルリアリティ）で住宅提案

空間の広がりを疑似体験

平成元年生まれの人たちは今年28歳。あと数年で住宅の主要な一次取得層となる。さまざまなデジタル機器に囲まれて育ち、スマートフォンをはじめ最新のＩＴＣを抵抗なく利用する世代だ。そんな彼らを待ち受ける住宅業界にバーチャルリアリティ（ＶＲ＝Ｖｉｒｔｕａｌ　Ｒｅａｌｉｔｙ）技術が導入され始めた。現実ではないが、あたかも実物を見ているかのような視聴感覚が得られるＶＲ。実際にモデルハウスに行かなくとも、玄関を入ってリビングに向かい、ソファに座った時の空間の広がりや、キッチンに立った時の目線、家事をこなす際の動線までも疑似体験できる。モデルハウスの常設が容易ではない地域ビルダー・工務店にとって、ＶＲの採用が商機をつかむことになるのか――。現状を探った。



ＶＲゴーグルで画像を見ている様子。スマートフォンに搭載されたジャイロセンサーとの連動により、ゴーグルをかけた状態で頭を動かすことで、動きに応じた方向の画像（住宅内部）を見ることができる

住宅会社が現在のところ利用しているＶＲは「３６０度カメラで実際の住宅の静止画を撮影した画像を使う」タイプと「実物の住宅ではなくＣＧ画像を使う」タイプだろう。これらの画像を、目元を完全に覆うヘッドマウントディスプレイ（ＨＭＤ）やＶＲゴーグルを装着して見れば、現実の頭の動きとＶＲ空間内の視点の動きが同期し、それによりＶＲ空間内にいるかのような「没入感」が得られる。

住宅設計に３ＤＣＧを採用しているある建築士は「ゲームの世界を例にするとわかりやすい。まさにその場にいるかのような感覚になれる」と話す。進化の激しいＩＴがユーザーにもたらす〝リアリティ〟は今後さらに高性能化高品質化するはずだ。ＶＲ技術の活用で、顧客に新たな提案ができる可能性がありそうだ。

◇◇

イオグランツ（大阪府大阪市、山中健司社長）は、住宅専用３Ｄ・ＣＡＤソフト「ウォークインホーム」で作成した全天球画像や３６０度カメラで撮影した画像を再生できる〝次世代型プレゼンアプリ〟として開発した「ＥＯＰＡＮ」の体験セミナーを今年１月から全国各地で順次開催している。「ＥＯＰＡＮ」はＶＲの特徴である〝没入感〟のある提案ができることから「地域ビルダー・工務店の更なる顧客獲得に役立ててもらいたい」（同社）意向だ。

１月26日に船橋市商工会議所（千葉県船橋市）で開催したセミナーにはＶＲおよびＥＯＰＡＮに関心のある工務店や既にＥＯＰＡＮを使っているユーザーおよそ30人が集まった。

セミナーに参加したハウスフィット（千葉県千葉市、渡辺幸司社長、年間新築棟数およそ25棟）の渡辺社長は以前からのＥＯＰＡＮユーザー。ＥＯＰＡＮについては「お客様に見せるときに、図面や２Ｄのパースよりも臨場感があり、わかりやすい」と高評価だ。現状ではスマートフォンのカメラを使って現場写真を撮影している。工事工程を確認できるため顧客も喜ぶ。

今後はＶＲゴーグルを使った提案を導入したいという。「これで１棟受注できればＣＡＤソフト込みだとしてもコストは安いもの」（渡辺社長）と意欲的だ。

◇◇

建築パースをはじめとするプレゼンツールを提供する意匠計画（東京都新宿区、樋口壽伸社長）は、地方の住宅会社からの依頼で３ＤＣＧによるモデルハウスを制作したが、昨秋からＨＭＤを使ったＶＲを展示会などで紹介している。

実際に建築していなくても、提供する住宅のイメージを顧客に伝えられ、クロスや床材などインテリア素材を画像の中で瞬時に変えられたり、朝・昼・夜の日の光の具合を確認できるのが同社のＶＲの特徴。

ＨＭＤを装着して見る３ＤＣＧは、対角５㍍の範囲内ではあるが、実際のフロアを動きまわることで、同期された３ＤＣＧ画像（住宅内部の画像など）内を歩いている感覚が得られる。ＨＭＤに付属のコントローラーを使えば、キッチン戸棚の開閉など、描かれた物を動かすこともできる。

今のところＨＭＤには数本のコードが接続されているため、そのコードを持ち、画像内を歩く人の安全面をフォローする人を要する不便さが伴う。ＨＭＤの無線化が望まれている。

同社は現在、ウェブで不動産情報提供サービスを行う会社の依頼により、物件情報のＶＲ化案件が進行している。

何時でも、どこでも展示場

クラウド連動型の３次元ＣＡＤ販売や住宅関連産業向けの情報技術開発と販売事業などを手がけるオーセブン（埼玉県さいたま市、七海崇社長）は、３６０度ＶＲカメラを使って撮影した画像をホームページに埋め込めるサービス「Ｍｙ展示場」を提供している。埋め込むＶＲには「移動ボタン」や「ＱＲコード」が自動で出てくるので、そのＱＲコードをスマートフォンで読むとＶＲゴーグルで見ることができ、現実感をより高められる。定価は初期費用20万、月額９８００円だが、キャンペーンにより今年の実売価格は初期費用10万８２４０円（税別）月額９８０円（税別）。

Ｍｙ展示場を自社のホームページ（ＨＰ）で利用するバリュー・クリエーション（山形県天童市、長谷山裕社長）は、定期的に実施している住宅内覧会にＶＲを生かしている。内覧会を実施する住宅内部を３６０度カメラで撮影し「Ｍｙ展示場」を介して自社ＨＰにアップしているので、来場予定者は内覧する前に中の様子を確認できる。「営業担当者がゼロから説明することなく、よりスムーズに内覧してもらえる」（長谷山社長）という。「お客様からは『夜中でも見られる』と好評」（同）だ。同社は希望する来場者には、ダンボール製のスマホ用ＶＲゴーグルをプレゼントするなどの特典も付加している。同社は天童市を中心に上山市や新庄市も含めた地域を商圏として、新築住宅を年間25～30棟施工販売している。今後は動画とＶＲを活用したＨＰを営業に生かしていく方針だ。

◇◇

安心計画（福岡県福岡市、小山田隆広社長）は、住宅のプレゼンテーションソフト「ウォークインホーム・プラス」のユーザーに向け、スマートフォンに無料のアプリを入れ、手軽に３Ｄ立体映像を３６０度で体験できるサービス「ウォークインホーム・プラスＶＲ」を提供している。同社のＶＲは利用料が１プラン３００円の低料金で手軽に使えるのが特徴だ。

そのウォークインホーム・プラスのユーザーである**広島建設**（千葉県柏市、島田秀貴代表）は、顧客の希望に合わせたプランニングを得意とする会社。顧客の中には２次元の図面だけでは住まいのイメージがわきにくい人もおり、プランのわかりやすさが伝わりやすいＶＲに着目し試験導入を始めた。本格導入するには、顧客のＶＲに対する反応やＶＲ市場のデータが必要だとして、現在は導入エリアや導入店舗を限定しながらＶＲを運用している。導入モデルを充実させるため、今後も体験会などを積極的に実施しＶＲに触れる機会を設けるという。

（竹葉理子）