

住宅など応用範囲が広がるVR

◆ゲーム以外でもVRが身近な存在に

仮想の空間に身を置き、あたかも現実のように体感できる仮想現実（VR）が、身近な存在になってきた。ソニー・インタラクティブエンタテインメントは、2016年10月、ヘッドマウントディスプレイ（HMD）と呼ばれるVR用ゴーグル型専用端末「プレイステーション（PS）VR」を発売した。PSVRは、世界で4千万台以上売れているゲーム機「PS4」につなぐ端末で、話題の映画「シン・ゴジラ」の特別映像など、ゲーム以外の対応ソフトも同時発売した。

一方、VRによる疑似体験は、顧客に新たなサービスの提供を可能にしている。

三菱地所や野村不動産は、マンションなどの「内覧」にVRを活用している。マンションは完成前から販売を始めるのが一般的なため、空間を疑似体験できるVRの活用で、工事中でもバルコニーから見た景色などを確認することができる。

また、メルセデス・ベンツ日本やトヨタなど自動車メーカーは、実車を使わずに新車や新技術をVRで疑似体験してもらうサービスを展開している。大きなスペースを必要としないVRの活用により、書店など他業態の店舗での展示も可能だ。

◆VR活用で理想の住まいづくり

さらに、住まいづくりでもVRの活用が注目されている。建設用ソフト開発のコンピュータシステム研究所（仙台市）は、顧客がVR専用のゴーグルをつけて移動しながら理想の住まいを体感できる住宅展示場システムを開発した。導入費用は約2,000万円で、15年2月から工務店や住宅建設会社約20社に納入しているが、実際の展示場よりもイメージしやすく、完成後のクレームが減っているという。

また、住宅シミュレーションシステムを手掛けるメガソフト（大阪市）も16年10月から、HMDとパソコン、住宅シミュレーションソフトなどをセットにしたシステムを住宅メーカーなどに販売する。顧客は部屋の印象を決める家具や壁紙、設備を事前に確認できるので、イメージと完成した内容とのズレを回避できる。

時間や空間の制約を受けないVRは、販売促進にとどまらず顧客満足を高める新しいツールとして、今後導入を検討する企業が増えていきそうだ。【秋元真理子】