

TECHNOLOGY

IoT と住まいの未来

大東建託株式会社賃貸未来研究所長 宗健

住まいにおける IoT とは

TV やエアコンといった家電設備を制御する場合にはスマートホームという用語が、エネルギー最適化という観点ではスマートハウスという用語が使われることが多いが、本稿ではさらに範囲を広げて、自動車(MaaS: Mobility as a Service)との接続や機能面だけでなく、高齢者等の心理面のケアなども含めて IoT 住宅という用語を用いる。

そもそも IoT は各種機器がネットにつながるだけではなく、それぞれが相互に通信し制御されることが重要なコンセプトであり、IoT 住宅は単なる家電制御機能の集合体ではない。

そのためワンストップで使えるユーザーアプリや、課金、コンテンツ配信、ログデータ収集、音声制御との統合、MaaS や電力等のインフラとの接続といった統合されたシステムが必要になる。

こうしたコンセプトを理解しているかどうかは極めて重要で、現時点で同じような機器・サービスに見えたとしても、拡張性や将来性、新たなビジネスモデルへの対応などには大きな違いが出る。

住まい領域での IoT のビジネスモデル

よくある誤解には、「コストをかけて IoT 機器を導入しても家賃は上げられない」というもの

がある。個人住宅では投資効果ではなく個々の価値観によって導入可否が決まるが、収益物件の場合には、投資効果が気になるのは無理もない。

しかし、マンションでオートロックが当たり前になりアパートでもエアコン付きが当たり前になったように、ある程度の時間はかかるだろうが IoT サービスが当たり前になる可能性も十分にある。そうなれば投資効果に関係なく、劣後すれば市場から取り残される、という状態になる。

オートロックやエアコンと大きく違うのは、IoT 住宅は単にコストがかかる設備投資ではなく、新しいビジネスモデルが組み合わされることで、そのコストを吸収できる可能性がある点である。

例えば、エネルギーの最適化によって下がったコストを融通する電気小売り事業、センサーによるセキュリティサービスや高齢者との音声対話を含む安否確認サービス、アプリやサイネージへの広告配信事業、アプリからのタクシー手配、音声制御関係のオプションといった課金モデル、各種収集データを匿名化したうえでのデータ販売といったさまざまな収益機会が考えられる。

取得できるデータのうち、最も価値が高そうなのは個人の嗜好や特性をよく表す IoT によって制御される TV・ビデオやラジオ関連の情報であり、スマホ操作履歴だろう。特に TV 関

連の詳細データが大量に取得できることは大きなビジネスチャンスを生み出す可能性がある。

このように IoT 住宅は、携帯電話がスマホに移行するプロセスで起きたような新しいビジネスのインフラになる可能性を秘めているのである。

住まい領域 IoT プレイヤーの条件

IoT 住宅が新たなビジネスモデルを生むインフラだとすればプレイヤーにはいくつかの条件が求められる。

当然だが、接続される機器にメーカー色はなく、設置される建物にも制約はない。通信ネットワークも選択肢の一つでしかなく、自動運転車といった MaaS 関連サービスも接続サービスの一つとなる。こうしたことを考えると設備機器メーカーや通信キャリア主体のプレイヤーよりも、より自由な設計が可能なプレイヤーのほうが新しいビジネスモデルに対応しやすい可能性がある。

そして、新しいビジネスモデルを載せるには、IoT 住宅の導入戸数自体に相当な量の優位性が求められる。導入戸数の多さは新しいビジネスモデルへの成功要因となるだけでなく、システム全体への投資規模を大きくすることができ、最先端のサービスレベルを確保するとともに、1 単位あたりのコストは低下し、それが普及のための競争力となる。

柔軟な発想力と多様なビジネスセンス、素直なユーザー目線と高い技術力を持ち、導入規模が大きく、投資資金が潤沢なプレイヤーに優位性があるのである。

さらに、最初に成功したプレイヤーの技術基準が共通ルールとなり、世界に広がっていく可能性もある。

MaaS と住まいの関係

IoT 住宅は建物内に閉じたものにはならない。MaaS は日本の大都市ではすでに乗換案内アプリと駅前タクシー乗り場の組み合わせで世界最先端レベルに到達しているが、威力を発揮するのは高齢化が進みバス等の公共交通機関が弱体化している郊外と地方である。

個人所有自動車の多くがすぐにシェア化する可能性は低いですが、一定の住宅と居住者ニーズの集積があり、適切なネットワークで結ばれば、賃貸住宅の家賃・共益費や分譲マンションの管理費に MaaS としての自動運転車の一定回数の利用権が含まれているというサブスクリプションモデルが成立する可能性はある。

IoT 住宅の集積はこうしたサービスのプロモーションコストや課金といった運用コストを大きく引き下げる可能性を持っている。

出現する未来

いつの時代も未来は突然現れる。それは予測が当たったのではなく、明確な意思を持った果敢な挑戦の結果として出現する。

不動産領域でも、AI がもてはやされたり、大空家時代の到来や、価格・家賃の暴落、タワーマンションの廃墟化といったことが話題になることも多いが、それらは何かを目指すための未来ではない。

未来は、目標でありつくり出すものなのだ。

本稿の内容は筆者個人の意見・見解であり所属する組織の公式見解ではありません。