

MARKET ANGLE in LIVING

September.2020 MAIL 09

マーケットが市場の動向を切り裂く、インテリジェンス・ペーパー

*The coming 5G era
~What is the impact on the real estate industry?~*

到来する5G時代 ~不動産業界への 影響は?~

昨今身近になりつつある“5G”。

ただ「5Gとは何か」「生活にどんな影響が出るのか」

「不動産業界にはどんな影響が出るのか」。

これらの質問に明確に答えることができる人は多くはないだろう。

本記事ではこれらの問いに答えられるよう

5Gの概要や不動産業界に与える影響について記載していく。

ユニフィット若手社員が最新「バズ」リ情報を切り抜くコラム

Buzz clipping

新しい生活様式、
慣れましたか？

まだまだ油断ならぬ状況ですが
明るい話題もたくさんです！

Unifit

www.unifit.co.jp

TAKE FREE



5Gの到来から起こる変化は？

急増が予想されるのは 動画広告

「生活にどんな影響が出るのか」「不動産業界にはどんな影響が出るのか」。昨今身近になりつつある“5G”。ただ「5Gとは何か」これらの質問に明確に答えることができる人は多くはないだろう。この記事ではこれらの問いに答えられるよう5Gの概要や不動産業界に与える影響について記載していく。



② “5G” 到来によって
変化する生活

1. 通信速度高速化
2. 多数同時接続
3. 超低遅延

③ “5G” 到来によって
変化する不動産業界

1. IoT住宅が増加
2. オンライン接客が一般化
3. 動画コンテンツの増加



① “5G” 到来のキーワード
② “5G” 到来によって変化する生活
③ “5G” 到来によって変化する不動産業界
④ 動画コンテンツの優位性について

5Gとは？

ではまず最も基盤となる”5G”とは何か。普段の生活にどんな影響を与えるのかについて確認していきたい。まず”5G”の”G”、これは“世代”を意味する”Generation”の略であり、”5G”を日本語訳すると“第5世代移動通信システム”。この世代ごとで意味するのは通信の速度や容量の変化であり、今回は5回目の大きな変化を迎えるということだ。ちなみにそれぞれの世代にあてはまる携帯の種類とその変化は上記の図①のとおりだ。では気になる“5G”到来によって生活はどのように変化するのか。キーワードとなるのが上記②の3点だ。

1点目は通信スピードの高速化だ。具体的には2時間映画を3~5秒程度でダウンロードが可能になり、通信においてこれまで時間を要していたものが一気に短時間になる。加えて容量も増加するため、通信制限なども今まで以上に緩和されるどころか、日本全体で通信制限という言葉がなくなるという考察まであるほどだ。2点目はインターネットに同時接続できる量が増加するという点だ。これにより今まで顕在化されていなかった住宅・医療・農業・自動車などの業界におけるIoTの活用がより本格化する。具体的にはIoT家電・遠隔医療・無人農業ロボ・自動運転・ドローン配達などが身の回りに溢れるようになるのだ。3点目が遅延=タイムラグがなくなるという点だ。最近増加しているテレビ会議、今後一般化する

自動運転の操作などのタイムラグがなくなり、よりリアルタイム通信の信頼性が向上する。

不動産業界に与える影響

では、この5Gは不動産業界にどんな影響を与えるのか。考えられるのは上記③の3つだ。1点目はIoT技術がより一般的になることで今以上にIoTが本格化した住宅が供給されることだ。最近でもIoTを魅力にした物件は既に供給されているが今以上に充実することは間違いない。2点目はオンライン接客が一般化するという点だ。これについては昨今の新型コロナウイルスの影響で既に採用する仲介業者や販売会社が増加したが、さらにVRなどを使った内見システムが可能になるとされている。しかし1点目についてはIoT機器を開発するメーカーとのやりとりや企画してから販売を開始するまでタイムラグがあると予想されており直近で供給が増加するとは考えづらい。加えて2点目については先述したとおり新型コロナウイルスの影響で既に採用している会社が多い。そんな中で直近の変化として最も期待されているのが3点目の動画コンテンツの増加だ。4G時代であれば通信制限等の理由から動画を懸念する声もあったが通信速度の高速化+大容量化によってこのハードルが一気に下がると予想される。

動画コンテンツの優位性

では動画コンテンツにはどんな優位性があるのか。具体的には上記の図④だ。まずは記憶に残りやすい。学習の定着率を示すラーニングピラミッドによると、誰かに話しを聞く(lecture)、或いは何かを読む(reading)と比較すると動画(audio-visual)は2~4倍記憶に定着しやすいとされている。次に情報量が飛躍的に上昇する。一説によると1分間の動画はウェブページ3,600ページに匹敵する。動画は写真の5000倍の情報量と言われている。最後に他物件の広告も叶えやすくなる。これはYouTubeにて複数物件の動画が公開されている場合に限るが、ユーザーが1度物件の動画を視聴すればその履歴から別物件の動画もYouTube内でおすすめとして表示され、訴求しやすくなる。

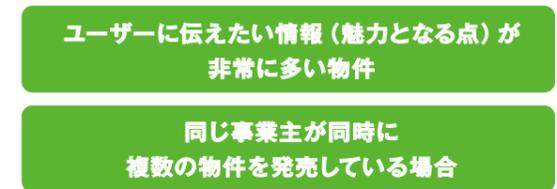
動画コンテンツの壁と有効なケース

ただ一方で事業主視点では壁もある。それは以下2点だ。



まずは限られた広告予算の中で動画制作に費用を割いて良いのかという点だ。5G時代になり、動画が見られやすくなる

なるとは言え広告予算は限られる。そんな中で従来あまり多くは実施していなかった動画に費用を割くのは些か勇気がある。もう1つは完成後に修正をするとなると時間が膨大にかかる点だ。動画は撮影や編集などに時間を要するため仮に修正となった際にはウェブサイトなどと比較して時間がかかるだろう。よって動画の優位性と制作にあたっての壁を考慮すると物件広告=動画コンテンツは必須とまではいかなそうだ。先述した内容を考慮すると動画コンテンツを制作すると大きな利点があるのは以下2つのケースだろう。



前者については魅力が多い分、動画にてまとめた方が顧客にとっては理解しやすい。後者についてはYouTubeでチャンネルを持ち、発売されている物件の広告をそれぞれ制作して投稿すれば、仮に顧客に対して広告した物件Aに興味をもってもらえなくても物件Bの広告が可能なので有効だ。以上他にも事業主によってメリットやデメリットを考慮しなければいけないが今後動画広告が急激に増加することは避けられない。各事業主がこの波に乗ることができるか否かで今後の明暗を分けることになりそうだ。 Text by Oyama (staff of UNIFIT)