

常設型スマートホーム体験ショールーム（一般社団法人LIVING TECH協会）

背景

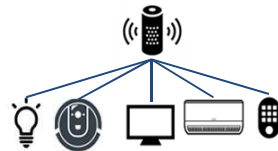
- ・スマートホームの一般認知が低く、体験できる施設もない
- ・スマートホームはアメリカでは40%程度普及しているが日本では13%程度しか普及していない（統計調査より）
- ・かたや、国内市場も直近5年で年115%成長予測（IDCジャパン）
- ・ユーザーが情報を得る媒体としてもっとも活用している家電量販店に専用売り場がなく伝えられる販売員もいない

目的

- ・ユーザーがスマートホームを知り、体験できる場づくり
- ・ユーザーが体験を通じて感じる価値仮説の検証
- ・住宅の自動化による健康管理、省エネの実現
- ・ユーザーの導入障壁の確認と普及に向けた施策立案
- ・ユーザーのQOLの向上とともに、Society5.0の実現への寄与

IoT技術の概要

- A)スマートスピーカーを軸としたデバイス、家電等の連動設定
(ユーザー個人で導入しやすいパターン)



- B)スマートホームシステム
(管理システムで機器類を統合)を活用したデバイス、家電等の連動設定 (BtoBtoC)



※いずれかの仕組みをショールームに実装
期間ごとの入れ替えも検討

実証内容

【家事負担軽減】【時短】【防犯対策】【QOL向上】

- ・オープンなスマートホーム体験施設（※）を都内に常設（中古マンションorテナント）し、一般ユーザーが気軽に体験できる場を造る。期間ごとの機器入れ替えなどで多くの体験を創出。
- ・体験方法は、見学体験、宿泊体験、スマートホーム講座やワークショップなど、ユーザーがリアルに自分事化できるコンテンツを検討する。（シリーズ化、オンライン配信など）
- ・ユーザーからはアンケートを取得し、普及の阻害要因および普及仮説を検証する。
- ・アンケート結果を踏まえ、ユーザーが導入しやすい普及環境を、住宅関連事業者やメーカー等と構築する。



（※）ハンズフリー、音声、アプリでスマート家電が連動する

目標（スケジュール）

- ・2022年内：ショールーム出店契約、工事、オープン
- ・2023年1月以降体験施設としてOPEN

実証体制

- ・LIVING TECH協会：ショールーム設置・運営、ユーザーアンケートの実施・集計
- ・パートナー企業：機器・サービスの提供