

ス

スマートホームはアメリカなどで先行して普及し、日本では注目されつつもなかなか普及していないのが実情だ。その理由として、カギや照明など個々にIoT・サービス化が進み、横連携のない縦割りサービスとして提供されることで、スマートホーム全体としてのUX（ユーザーエクスペリエンス）が置き去りになっているなどの課題が指摘されている。

統計データ会社、Statista Japanによると、スマートホームの世界市場規模は、24年時点で約1544億米ドルに到達すると推定。特にアメリカでは、自社でソフトウェア開発から担い、スマートホームサービスを提供するプラットフォームメーカーが存在し、メーカー横断でIoT機器（家電や住宅設備）を連携できる環境整備が進んでいるため、スマートホームの普及が加速している。24年時点でのアメリカでのスマートホーム普及率は45%に達し、9%であった10年前に比べ約5倍の規模に拡大している。

一方で、日本のスマートホームの普及率は10%程度と、アメリカなどと比べて低い。とはいえ、普及が遅れている分、伸び代は大きいといえそうだ。スマートホーム関連のプレーヤーも年を追うごとに増加している。（二社）LIVINGTECH協会のスマートホームに関わる国内外の事業者を網羅的にまとめたスマー

スマートホーム

顧客接点を維持するための新しいインフラに

付加価値を高めたサービスで差別化できるか

2025年はスマートホームがさらに進化する年となりそうだ。スマートホームの国際標準規格 Matter（マター）の普及により、デバイス同士が当たり前安全につながり、誰でも簡単に利用できる状況が生まれつつある。さらにAIが組み合わせることで、これまでとは次元の違うサービス提供も可能になってきている。スマートホームという新しいインフラを活用し、いかに付加価値を高めたサービス提供で差別化できるか。住宅事業者にとっても事業の成否を分ける重要な新領域になっていきそうだ。

トホーム産業カオスマップによると、23年3月に公表したver.1では、12ジャンル250社であったが、24年6月に公表したver.2では14ジャンル400社に増加している。Statista Japanは、24年現時点で約1・4兆円の日本のスマートホーム市場は、28年に約4兆円にまで伸長すると予測する。

三菱地所の

「HOMETACT」採用拡大 オープン・BtoBtoC戦略が奏功

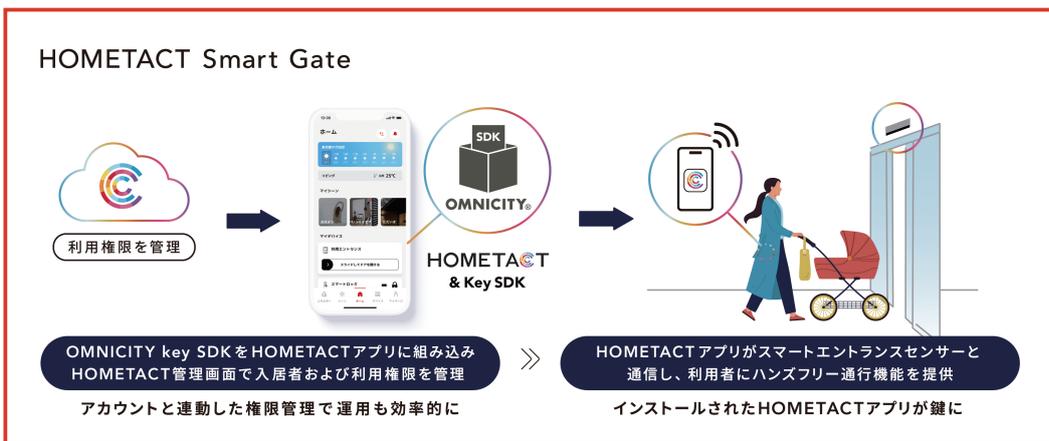
ようやく黎明期に入ったともいえる、日本のスマートホーム市場において、着実に実績を積み、存在感を増す事業者も現れ始めている。

三菱地所は、総合デベロッパーのノウハウを生かしながら、日本の住環境に導入しやすい総合スマートホームサービスとして「HOMETACT（ホームタクト）」を展開。徹底したオープン戦略を取り、特定の通信規格に依存しないAPIによるクラウド連携によりソフトウェア同士をつなぎ連携機器を拡大している。スマートスピーカーや赤外線コントロールなど、広く利用されているIoT機器はもちろん、近年ユーザーが増えているスマートロックに加え、給湯器や照明スイッチ、カーテンまで幅広い住設機器に対応する。住空間の商品企画に合わせ

た、自由なパッケージ構築が可能だ。入居者はサービス利用開始時の煩わしい初期設定作業は不要で、ログインするだけですぐに利用開始でき、スマホにダウンロードしたアプリで複数のIoT機器を一括操作できる。住宅業務企画部統括の橘嘉宏氏は、「HOMETACT事業の立ち上げ当初からBluetoothで普及拡大を目指すスタンスを徹底している。開発・管理物件において、ベースとなるスマートホーム環境を整備することで、入居者の利便性向上はもちろん、事業者にとっても顧客との接点を維持し続けやすくなり、付加価値創出・差別化を図りやすくなる」と話す。

こうした戦略が奏功し、三菱地所レジデンスが開発する高品質賃貸マンション「ザ・パークハビオ」シリーズに多数導入されているほか、デベロッパーや賃貸会社など、幅広い企業からの採用が増えている。また、全国に代理店・販売網を拡大し、マンションだけでなく、小規模なアパート、戸建て注文住宅での採用実績も増加。新築だけではなく、既築住宅も含めて、すべてのアセットに対応できる商流開発を進め、普及が加速する。

実際にHOMETACTを導入したことで新築・既築問わず賃貸物件の価値が高まり、賃料が上がった事例が多数出てきている。24年3月には、約11万戸の運用戸数を誇る国内最大級のサブリース会



社、JPMCとスマートホーム事業領域における業務提携契約を締結した。JPMCがHOMETACTの販売代理店となり、同社のパートナー企業(約1400社)を通じて全国各地の賃貸物件にHOMETACTを順次導入している。既存物件のスマートホーム化により10~30%の賃料上昇につながり、リーシング(空室)期間短縮の事例も出てきている。

橘氏は、「全国に既築住宅は6000万世帯あるが、都市部の利便性が高いエリア以外は、賃料は低下、もしくは横ばいで推移している。既築住宅に対してスマートホームを活用して物件価値向上を実現していく必要がある。スマートホーム導入を通じて適切な設備投資をすれば賃料は上がるということを、実績を積みむことで証明できつつある」と話す。

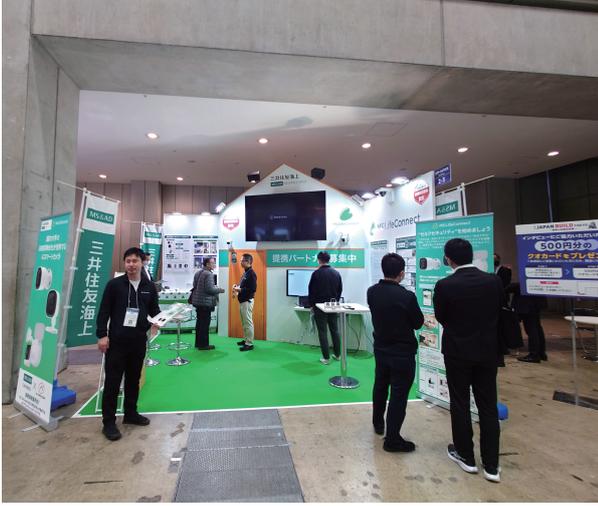
新機能の搭載により、サービス向上にも継続して取り組んでいる。24年12月には、自動ドアセンサー最大手オプティクスのプラットフォームサービス「OMNACITY(オムニシティ)」との連携を発表。スマートホームサービスとして初となり、ドアセンサーの設置されている共用部ドアのハンズフリー通行が可能となる。スマートフォンがポケットやバッグの中に入っている場合、自動ドアセンサーとの認証・通信で共用エントランスな

どをハンズフリーで解錠可能。HOMETACTアプリがインストールされていれば、両手が塞がった状態でも共用部をハンズフリーで通行することができる。自動ドアセンサーの交換だけで既築集合住宅でも幅広く採用可能だ。

保険業界もスマートホームに熱視線 MS&ADは補償前後のソリューションに

保険業界もスマートホームに熱い視線を向ける。三井住友海上火災保険(MS&AD)は、世界約60か国でIoTプラットフォームを展開する米国のAlarm.com Holdings, Inc.(アラーム社)と提携し、23年10月、住宅IoTを活用したプラットフォーム「MS Life Connect」の提供開始に合意した。

サービスの第一弾として、AIカメラ(防犯カメラ)とスマートフォンを活用した、家族の安全を顧客自身で見守るセルフセキュリティサービスの提供を開始し、順次提供エリアを拡大している。AIカメラが人、動物、車両を高精度で判別し、設定したルールに基づきスマホやタブレットにクリップした動画をプッシュ通知やメールで連携。何かがあったときに周辺の防犯カメラの常時録画から犯人の画像を探す事後対策ではなく、日常的に家の周辺で何かが起こった瞬間の動画だけ



三井住友海上火災保険は、日本の損害保険業界初のIoTプラットフォームサービス「MS LifeConnect」の提供を開始。ジャパンビルド展に出展し、ホームビルダーなどに対して提携パートナー募集を行った

をスマホで確認することができる。また、帰宅した子どもへの呼びかけや、宅配業者のような来訪者との会話など、不在時における家族の安全確認や生活の質の向上が期待できる。

火災保険や自動車保険などを販売する保険会社、そしてそれらを利用する顧客にとっても、家での漏水や火災などの事故や、自動車盗難などのトラブルは、発生しないに越したことはない。特に顧客は、保険金が下りるまでに、調査、ヒアリングなどで煩わしい思いをすることは少なくない。そこで、保険会社として、保険による補償に加え、事故の未然防止や、被害抑制、事故発生後の早期回復に資する補償前後のソリューションとしてI O

Tデバイスを活用する取り組みを進めているのだ。ビジネスデザイン部 アライアンス第2ディレクターの平岩幸治氏は、「最近は何バイトなど世の中が物騒になってきている。特に、暮らしの安心安全を顧客自身で守るセルフセキュリティ強化の観点からMS LifeConnectを訴求していきたい」と話す。

日本において、ホームセキュリティのサービスは普及しているが、実際に空き巣などの犯行が行われるのは5分以内で終わることが多く、警備員は25分以内に駆けつけることがルールとなっているため、警備員が現場に駆けつけた時は、すでに犯行が終わっているということが少なくない。また、駆けつけの約8〜9割は空振りで、的確に検知できないケースも多い。さらに、警備員の担い手不足の問題も深刻化している。そうした背景もあるため、「警備会社と競合するのではなく、実は警備会社からも連携できるAIカメラと一緒に展開をしたいという相談も受けている」（平岩ディレクター）という。同社は24年9月に「令和の住宅防犯実態調査」を発表、30歳〜49歳の子持ち家庭の男女500名を対象にした、その調査によると、7割以上の住宅で侵入に遭いやすくなる特徴があり、そのうち6割以上が防犯対策をしていないことが明らかになった。また、防犯対策予算は7割が月額2000円以下を希望。低コスト

での防犯が求められる時代になっていることも分かった。MS LifeConnectのAIカメラの月額利用料は1280円と、低コストの防犯を求めるニーズにも合致する。今後は各IoTデバイスと連携するゲートウェイを核に、各種センサー、ドアベル、赤外線リモコン、太陽光発電システムなど対応デバイスを増やし、高齢者の見守りを支援するサービスなど、セキュリティ以外のパッケージの展開も予定する。ハウズビルダーなどの提携を拡大し、普及を加速させたい考えだ。

さらにMS LifeConnect普及の先には、蓄積されたデータを保険商品開発やリスク評価に活用することを目指す。例えばセンサー防犯対策、火災予防をしている家は、何も対策をしていない家よりも安全性が高い点を考慮して保険料を優遇する、あるいは、蓄積された生活者のビッグデータをもとに、ニーズの高い付加価値を高めた保険商品を開発する、といった未来を見据える。すでに欧米では、保険業界がスマートホームと保険商品の親和性に目をつけ、そうした動きが活発化しているという。日本においても保険業界の市場規模は、生損保合わせて約45兆円と巨大な市場だけに、スマートホームというインフラとの連携が進むことで、今後、さらに大きくビジネスが発展していく可能性がありそうだ。

ハードウェアからソフトウェア競争の時代に

スマートホームは、MatterやAIの普及により、さらに加速度的に進化していく時代を迎えている。国内スマートホーム事業開発の第一人者で、業界唯一のスマートホームのコンサルティングを行うX・HEMISTRYの新員文将CEOは、「Matterなど、注目のテクノロジーが普及し、『繋ぎたいものが当たり前前に繋がる』、『初期設定でつまずかない』、『誰にでも簡単に使える』、『セキュリティやプライバシーも安心』という『スマートホーム2.0』への過渡期にある。Matterが登場した後は、AIなどを組みあわせてユーザー体験で差別化を図っていく時代に、つまりハードウェアからソフトウェアの戦いになっていく」と指摘する。

スマートホームというインフラを活用して、いかにユーザーの利便性、快適性を高めるサービスを提供できるかが今後のスマートホーム普及の鍵を握りそうだ。また、デベロッパーや管理会社、住宅会社など、事業者にとっては、スマートホームを活用することで、顧客との接点を維持しやすくなる。様々なビジネスチャンスも広がっていくだろう。「スマートホームを制する者が住宅業界を制する」。そんな時代には入りつつある。

『スマートホーム2.0』へ 住宅業界が取り組むべきインフラ

スマートホームとは、インターネットに繋がるといことが前提で、ソフトウェアで様々なソリューションを提供することができる、さらにスマホや音声を含めて様々な手段でハードウェアを操作でき、生活課題を解決してくれるインフラと定義づけています。

現在は、Matterなど、注目のテクノロジーが普及し始め、「繋ぎたいものが当たり前になる」、「初期設定でつまづかない」、「誰にでも簡単も使える」、「セキュリティやプライバシーも安心」という『スマートホーム2.0』への過渡期にあります。

これまでスマートホームの各プレーヤーは、繋がるというところに大きな投資をして、これだけのものが繋がるということを誇ってきました。しかし、Matterが普及した後は、AIなどを組み合わせてユーザー体験で差別化を図っていく時代に、つまりハードウェアからソフトウェアの戦いになっていきます。

これまでは、ZigBee、Z-Waveという二つの通信規格が市場のシェアを分けていましたが、互換性がないことが課題でした。この状況を乗り越えようと業界全体が手を握って手がけた規格がMatterです。スマートホームの大手のプレーヤー、Amazon、アップル、Googleが手を握った規格という点でも注目されています。Connectivity Standards AllianceがMatterの規格をつくっており、参画する企業は790社に拡大しています。

Matterの普及が期待される理由は主に五つあります。一つは、アップル、Googleが参画する規格なので、我々が持っているスマホは標準でMatter対応になっていくことです。二つ目は、MatterはQRコード方式を採用していることです。これによりセットアップが難しいというスマートホームの普及を妨げてきた要因が解消されます。例えば、Matter対応のスマートプラグを買ってきて箱を開けて通電すると、スマートフォンが対応しているので、「新しいデバイスが見つかりました」とポップアップが出てきて、そこから製品に付いているQRコードを読むだけでセットアップが完了します。三つ目は、マルチアドミン機能を搭載しており、Matter対応機器を複数のスマホアプリやIoTサービスに安全に同時接続することが可能となることです。四つ目は、わかりやすい目印です。Wi-FiやBluetoothのロゴは、Wi-Fiに繋がる、スマホに繋がるということの目印で、多くの人に認知されています。同じように、Matterは、家に繋がる目印になり、数年後には同様の認知度となるでしょう。五つ目はセキュリティです。様々なセキュリティ対策が盛り込まれているので、Matter製品のセキュリティは高く安心して使えます。

『スマートホーム2.0』を形づくっていく注目のテクノロジー



X-HEMISTRY
CEO
新貝文将氏

は、Matterのほかにも、Thread(スレッド)やAliro(アリロ)、UWB(ウルトラワイドバンド)など、スマートホームを次のステージに持ち上げてくれる様々なテクノロジーが出てきています。非常に面白い場面にいると感じています。

Threadは、メッシュネットワークをサポートしている省電力な無線規格です。Bluetoothと同じような規格ですが、Threadの方が、操作性が非常に速い。例えば、スイッチを押したら、すぐに電気が点くという当たり前のユーザー体験を実現します。

Aliroは、Connectivity Standards Allianceが推進するスマートロックの新しい規格で、アップルやGoogleが積極的に規格化を進めています。それに先立ち、アメリカのスマートロックでは、スマホやスマートウォッチをかざしてタッチで開けることがトレンドになっています。こうした解錠方法を標準化しているのがAliroです。さらに、ハンズフリーで鍵の解錠が実現できるようになるUWBという無線規格がスマホの中に普及が始まっています。

そのほかAIも『スマートホーム2.0』を形づく大きな要素です。先日、世界最大のスマート家電展IFAを見てきましたが、世界最大級のスマートホーム家電のメーカーに成長するサムスンが、「AI for ALL」というコンセプトを掲げていました。スマートホームの世界にもどんどんAIが浸透してきています。最近面白いと思っているのは、AI搭載のAmazonのスマートカメラ「Ring」で展開している、「Smart Video Search」というサービスです。AIを搭載していないカメラで録画をすると、何かを探してみたいと思っても、膨大な録画ファイルを自分でさかのぼって探す必要があります。対して「Smart Video Search」では、自然言語を使って検索ができ、見たい動画をピンポイントで拾ってきてくれます。

スマートホームが普及し、ソフトウェアでホームオートメーション、セキュリティ、エネルギー管理などの様々なソリューションを提供できるようになれば、これまで分かっていなかったことが簡単に分かるようになる世界が広がっていきます。住宅会社などの事業者は、スマートホームのアプリを通じて顧客との接点を維持し続けることができ、例えば、リフォームの兆候を把握して、適切な時期にリフォームの提案を行うといったことも容易になるでしょう。

スマートホームは、一つの大きな産業として海外を中心にどんどん発展しています。世界的に見ても遅れているのは日本だけです。スマートホームは住宅業界が取り組むべきインフラだと思います。