

## IoT家電の普及促進策が始まる

### ◆IoT家電・機器の普及促進事業「Life Up プロモーション」

2019年10月、経済産業省はインターネットにつながるIoT家電・機器を活用した「Life Up プロモーション」を開始した。シャープ、大阪ガス、キーウェアソリューションズを幹事社とした3つのコンソーシアムが採択された。各コンソーシアムが提供するサービスを消費者が1ヵ月以上利用し、IoT家電・機器から取得される生活データを提供すると、商品券やクーポン券などの特典を受け取ることができる。22社が参画したコンソーシアム側には、販促時に消費者に付与する特典費用の一部が補助される。20年1月下旬までキャンペーンを展開し、21年度も同様の普及促進事業を継続する。

シャープは、KDDIやセコムなどとテレビ、エアコン、調理家電、洗濯機などの9つのIoT家電・機器を活用したサービスを提供する。例えば、調理家電の調理履歴から家族の好みや習慣を学習して、おすすめの献立や調理法を提案したり、TVと連携した見守りサービスなどがある。大阪ガスは、給湯器メーカーのノーリツやアイシン精機などと、給湯器などの運転データから最適な使い方をアドバイスしたり、遠隔での湯はり操作のサービスを提供する。キーウェアソリューションズは、テルモやグローバルキッチンなどと、血圧計や活動量計の計測データをもとに最適な献立を提案したり、配食するサービスを展開する。

### ◆IoT家電のメリットは体験をしないとわかりづらい

IoT家電の所有率は18年の時点で6.2%と一般に普及が進んでいない。要因の一つとして機器が取得する生活データのセキュリティやプライバシーへの消費者の懸念がある。本事業では取得したデータのセキュリティやプライバシーに関するルールの制定を採択要件とすることで消費者の安心・安全を確保している。

政府主導でIoT家電・機器や関連サービスの利用者にインセンティブを付与するという制度は初の試みとなる。IoT家電が提供する利便性や快適性などのメリットは、実際に体験をしないとわかりづらいといわれている。サービスを体験する機会が増えることでIoT家電の普及が進むことに期待したい。 【新井佳美】