

2021年6月7日

国内初、IoT家電のデータを活用したマーケティングソリューション 「domus optima（ドムス・オプティマ）」（β版）提供開始 — 生活者の潜在的な需要を発見し、新たな顧客体験の創出を目指す —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：五十嵐 博、以下「電通」）は、国内初となる、インターネットに接続された家電製品のデータ（IoT家電データ）を活用し、統合マーケティングを行うソリューション「domus optima（ドムス・オプティマ）」（β版）の提供を開始します。これにより、IoT家電データから、生活者の潜在的な需要を発見し新たな顧客体験の提供を目指します。第一弾として、広告主へIoT家電データを活用した広告配信と効果検証が可能なソリューションの提供を開始します。



近年インターネットの普及により、あらゆるモノがインターネットにつながり我々の日常生活にも広がっています。IoTデバイスは急速に普及しており、総務省の調査によると*1、世界のスマート家電やIoT化された電子機器の台数は、2022年には2015年の3.9倍まで増加すると予測されています。生活はオートメーション化し、より便利で快適なスマートライフへと進化しています。

このような変化を踏まえ電通は、IoT家電データに着目し、便利で快適な暮らしだけでなく、よりよい生活体験の提供を目指し、「domus optima」（β版）を開発*2しました。「domus optima」とは“快適な家”という意味で、家の中のIoT家電のデータから、家の中・家の外での心地よい生活体験を提供することを目指しています。

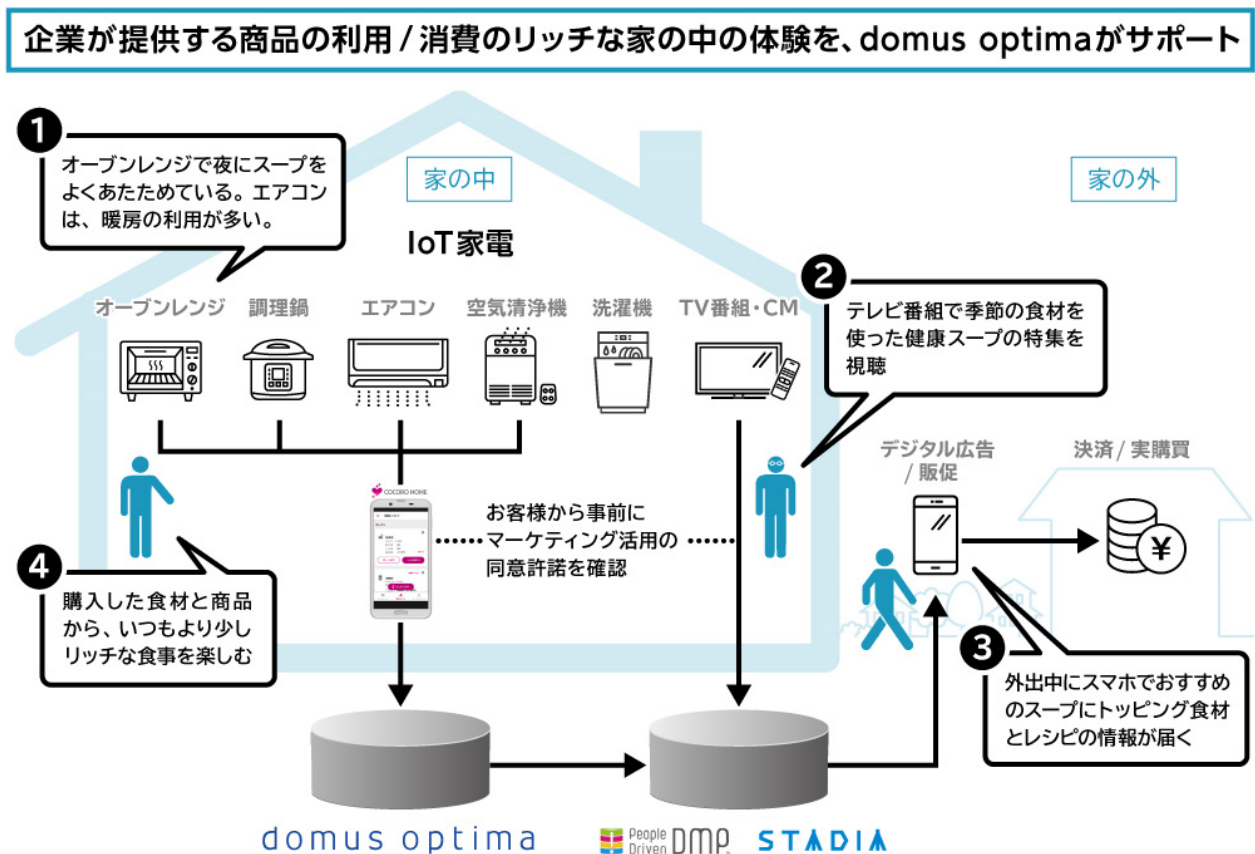
このたび提供開始するβ版のソリューション第一弾として、約40万台のIoT家電データ（エアコン・空気清浄機・オーブンレンジ・自動調理鍋・洗濯機）の、利用時間や利用方法などから生活者の潜在的な需要を推定し、インサイトの発見・分析の上、広告配信と効果検証が可能です。IoT家電データは、利用している日時、使用されている機能などが含まれており、AIoT*3家電データの利活用を推進するシャープ株式会社（本社：大阪府堺市、代表取締役社長：野村勝明）からの提供により、データの利用許諾を得てお客様の同意をいただいた範囲で活用します。

なお、トライアルとして大手食品メーカーでは、オープンレンジを使用するユーザーに対し、温めるだけで本格料理が作れる商品をデジタル広告で訴求しました。結果、CTR^{*4}を35%改善することができました。また、ファミリー向けの中型オープンレンジを所有し、冷凍食品の「あたため」機能の利用が多いお客様において、広告への反応が高く、今後の商品の訴求方法についてよりお客様の満足度を高めるためのインサイトを得ることができました。

電通グループはこれまで、IoT家電のひとつとしてテレビ機器のデータを活用した「STADIA^{*5}」の開発・運用を進めてまいりました。STADIAは、延べ500件を超えるキャンペーンでの実践を行い、システムの機能や運用の改善を行っております。今回リリースした「domus optima」（β版）は、STADIAと連携したマーケティングソリューションとして開発しており、テレビ視聴データやスマホの位置情報データなど、「People Driven DMP^{*6}」のデータとの連携が可能となっております。「domus optima」（β版）によって、これまで以上に、お客様のタイミングに合わせて、より有益な情報と体験を提供できる仕組みを目指しております。

将来的には、例えば季節の食材を使った料理特集がテレビ放送されているタイミングに合わせ、番組を視聴し、かつオープンレンジをお使いのお客様へ、レンジで簡単に調理できる料理のレシピについてスマホや家電を通じてお知らせするなどを実現してまいります。

< 「domus optima」（β版）が実現する顧客体験例 >



今後も電通は「domus optima」の開発を通じて企業のマーケティング課題に寄り添い、デジタルマーケティングの質を高めていくとともに、生活者の潜在需要を発見し新たな顧客体験を届けることを目指していきます。

※1 総務省 令和2年版「情報通信白書」IoTデバイスの急速な普及より

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r02/html/nd114120.html>

※2 シャープ株式会社 (<https://corporate.jp.sharp/>) とシャープのグループ会社である株式会社 AIoT クラウド

(<https://www.aiotcloud.co.jp/>) の協力の下、AIoT 家電データの利活用を行っています。

※3 「AIoT」は、AI（人工知能）とIoT（モノのインターネット）を組み合わせ、あらゆるものをクラウドの人工知能とつなぎ、家電などを人に寄り添う存在に変えていくビジョンです。「AIoT」はシャープ株式会社の登録商標です。

※4 Click Through Rate（クリック・スルー・レート）。ユーザーに広告が表示された回数のうち、ユーザーがクリックした回数の割合。

※5 STADIA は、テレビをはじめとする"オフライン"メディアと、スマートフォンやPC上の"オンライン"メディアのデータを統合し、より効果的なマーケティングを実現させるオンオフ統合ソリューションです。2021年6月時点で約790万台のテレビの視聴ログデータと、約1283万台のモバイル広告IDや約1.3億件のCookie IDのオーディエンスデータ規模を有しています。

※6 People Driven DMP®は、PCやスマートフォン由来のオーディエンスデータと、テレビの視聴ログデータ（STADIA）、WEB広告接触データ、OOH広告接触データ、ラジオ聴取ログ、パネルデータ、購買データ、位置情報データ等を人（People）基点で活用することができる、People Driven Marketingのデータ基盤です。さらなる強化のために、People Driven パートナーシッププログラムを通じ、「メディア/コンテンツ」、「デジタルプラットフォーム」、「EC・購買」、「パネル/メジャメント」、「位置情報」などの各種パートナーと、データやテクノロジーの連携によるビジネス・アライアンスを推進しています。なお、People Driven DMP®では、個人情報の保護に関する法律に定める個人情報は扱っておりません。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 事業広報部

陳、山田

Email : koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 データ・テクノロジーセンター

Email : data-alliance-unit@dentsu.co.jp

【データの許諾、利活用に関する問い合わせ】

株式会社 AIoT クラウド プラットフォーム事業部 データビジネス開発部

Email : iot-data@aiotcloud.co.jp