

eLifeアライアンス 提案書

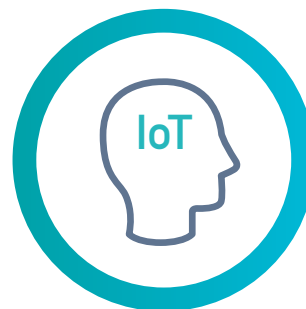


現状と背景



01

01



IoTの認知度が向上中

スマートスピーカーとスマートリモコンをきっかけに、IoTスマートホームの認知度が高まりつつある。

02



不動産業界が導入検討

ハウスメーカーなどの不動産業界が導入検討段階に入っている。

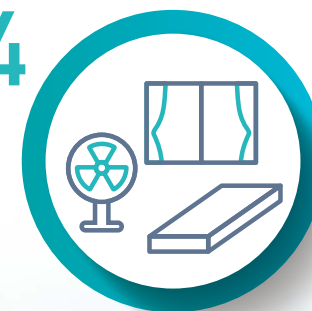
03



確かな付加価値

リフォームや賃貸事業者が付加価値としてIoTを検討し始めている。

04



IoTが生活の一部に

家電や建材メーカーがスマート化を進めている。

課題

01



アプリが多種多様

各社が独自の仕様とアプリを作ろうとして、ユーザーが多数のアプリをインストール、登録、利用方法を学習せざるを得ない。

02



ユーザー体験が悪い

ユーザー体験が悪くて使いにくいいため、評判が上がらず、広がらなくなるリスクがある。

03



維持コストが高い

ユーザー数が増えないと、自社システムの保守維持コストが上がり、採算が合わなくなるリスクがある。

04



各社仕様がバラバラ

通信規格、ペアリング方法をはじめ各社仕様がバラバラのため、ハウスメーカーやリフォーム事業者が困惑し、採択が難しくなる。
かつ製品同士の連動連携ができない。



02

提 案

03

01



スマートホーム アライアンスを組む

各領域のプレイヤーが一緒となって、共同でスマートホームアライアンスを作る。

02



アプリをひとつに

アプリをベースに、入り口を一本化する。
(アプリ内に各社ブランドロゴ掲載可能)

03



共同プロモーション

クライアント向けに、各社の販売チャンネルを生かし、共同プロモーション、展示、提案、販売を行う。

メリット

01 Merit

トータルソリューション で提案できる

単品販売ではなく、トータルソリューションで提案が可能になるため、クライアントが採用しやすく、売上拡大につながる。

02 Merit

ユーザー体験が向上する

統一のアプリを利用することにより、ユーザー満足度と評判が上がり、ブランディング効果が期待できる。(例:アプリのワンタッチでシャッターが上がり、カーテンやスクリーンが閉まり、照明とエアコンがonになるなど)

03 Merit

維持コストを抑えられる

リンクジャパンが継続してソフトとクラウドの運営や機能アップを図るため、御社の維持コストが下がる。

04 Merit

収益源が増える

各社が自社製品だけでなく、アライアンスパートナーの製品も販売可能となり、収益源が増える。

05 Merit

補助金の対象に

経産省がIoTアライアンス事業連合を推進していて、製品ごとに1万円前後の補助金を出そうとしている。
(2019/3/10日経新聞より)

06 Merit

サポートの効率化

サポートも必要に応じて一本化でき、運用コストが下がり、ユーザー満足度が上がる。

07 Merit

売上アップ

利用者はアライアンス内の製品を1個でも使い出したら、同じアプリ内の他の製品も自然と追加購入対象になる。

08 Merit

ビッグデータの活用

単一製品では得られない質の高いビッグデータを得て、製品開発やサービス提供に生かすことができる。

04

リンクジャパンの強み

01

専門性

2014年よりスマートホーム専門企業として生まれ、豊富な開発経験、運用ノウハウ、特許技術、セキュリティ対策能力、大手企業への納品実績がある。

02

認知度

国内初のWIFIスマートリモコンとスマートカーテンなどをリリースし、スマートホーム分野における認知度が高い。

03

ユーザー数

使いやすいアプリの開発が得意で、Amazonアレクサスマートホーム部門では利用率No1。

04

IoTチップの提供

WIFI、NB-IoTなどの各種通信規格対応IoTチップを提供でき、メーカー側の導入ハードルとコストが下がり、かつ拡張性が高くなる。

05

FastLink技術

1台目のデバイスを親機と認識し、2台目以降は自動で1台目に繋げる技術。メリットはWIFIのアクセスポイントを占有せず、かつペアリングが簡単で、混線しにくい。

06

豊富なラインナップ

国内初WIFIリモコン、世界初のPLC版スマートリモコン、国内初WIFIカーテンなど、数々のスマートホームデバイスをリリースしています。同じアライアンスであれば、製品同士のセンサーによる自動制御や、連携が可能になります。

05