

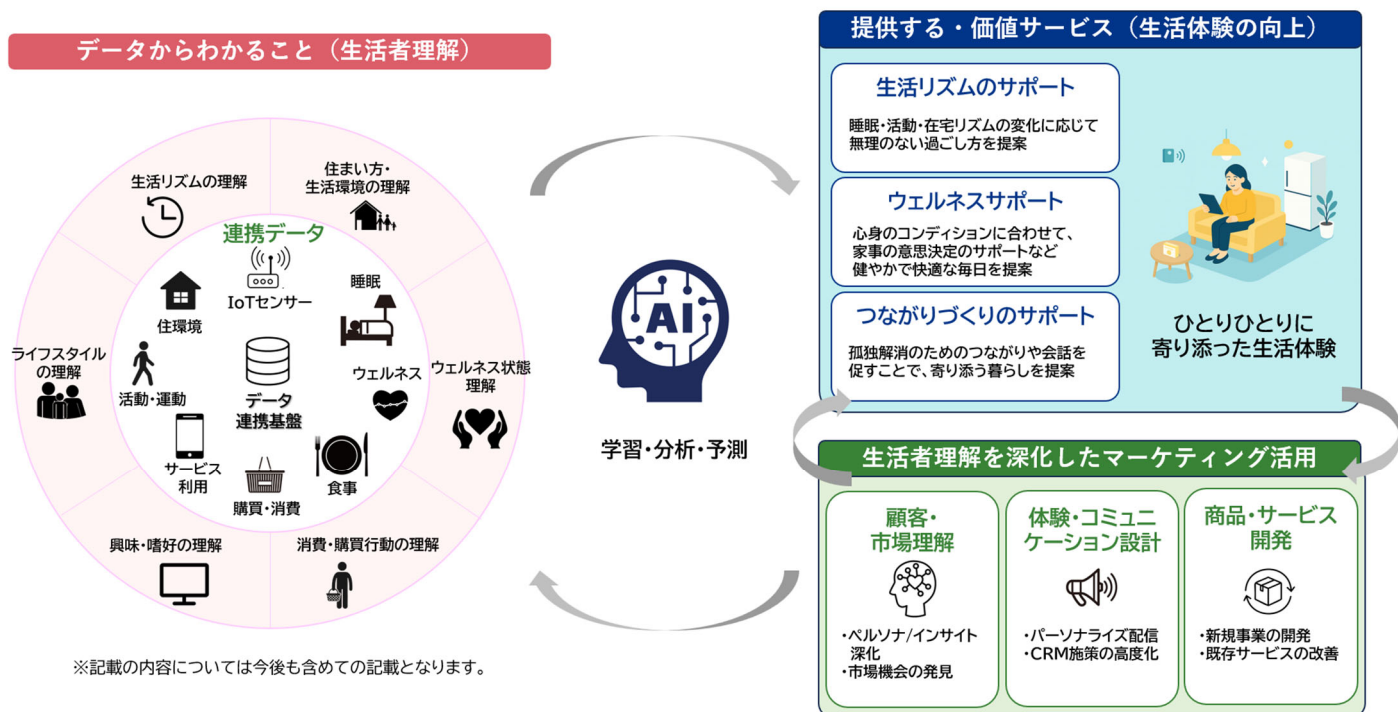
2026年8月31日

360度生活行動データとAIで生活体験と生活者理解を進化させる スマートホームプロジェクト「HAUS UPDATA」第3弾実証事業を開始

ー業界横断で多様なデータを連携し、生活者と企業への新たな価値提供を検証ー

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里、以下「電通」）は、日々の生活行動データ^{*1}を統合的に活用し、生活者のより良い暮らしへのアップデートと、企業の生活者理解・商品開発の高度化を支援する業界横断のスマートホームプロジェクト「HAUS UPDATA（ハウス・アップデータ）」^{*2}の第3弾実証事業（PoC）を、2026年8月から12月にかけて実施します。今回は、新たに取得・連携する生活行動データを拡充・多様化することで生活者理解を促進し、メッセージングアプリを使ったAIチャットボットを活用した生活サポートに取り組みます。

生活行動・住環境・ヘルスケアなどの360度生活行動データとAIで生活者理解を深めたロンジェビティ支援



HAUS UPDATA 第3弾 実証事業

「HAUS UPDATA」実証事業の第1弾^{*3}では、IoT機器などから得られるデータを通じて、家庭内の生活行動や商品の使用実態を継続的に把握できることを確認しました。第2弾^{*4}では、モニター世帯や参画企業を拡大すると

ともに、生成AIを活用したチャットボットを導入し、生活行動データに基づく個別の生活サポートの有効性を検証しました。これらの検証では、生活行動データをもとに暮らしをいくつかのクラスタ（生活モード）に分類※5した結果、生活リズムや行動傾向は、性別・年代といった属性だけでは十分に説明できないことが明らかになりました。また同じ世帯でも時期によって生活モードが変化することが確認されました。

デモグラ情報を使わず、多様なセンサーから得た全100以上の生活行動変数をクラスタリング

<4つの生活モード（クラスタ解釈イメージ）>

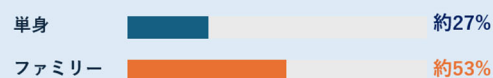


💡 同一世帯でも、期間で生活モード（クラスタ）が変化する

短期間での生活行動の変化が見られたことから、自身や家族のライフイベントや体調といった小さな変化でも、生活行動の変化につながると推測される

→ 一人一人のそのタイミングの生活傾向を捉えたパーソナライズが求められる

期間中に別クラスタへ移行した世帯の割合



→ ファミリー世帯は単身の約2倍、変わりやすい

行動データによる生活モードのクラスタ化

第3弾では、これらの結果を踏まえてパーソナライズをさらに進化させ、一人一人の暮らしに寄り添う生活サポートを検証します。具体的には、これまで蓄積してきた生活行動データ基盤をもとに、「生活者一人一人に寄り添う生活体験」と「企業の生活者理解」の両立を目指し、生活体験の高度化／ヘルスケア領域への進出／生活行動データのマーケティング活用の拡大、の3領域へ実証を拡張します。

1. データの拡充による生活者理解の深化と生活体験の高度化

これまでの実証で明らかになったデータの種類や生活者との接点、AIによる生活者理解の拡張余地を踏まえ、参画企業の拡大によって取得・連携するデータのさらなる多様化を図ります。（連携企業は「参画企業と役割」に記載）

生活リズムや行動の変化をAIが捉え、その時々状況に合わせて、メッセージングアプリ上のAIチャットボットを通じて、ライフバランスのサポート、家事の意思決定のサポート、つながりのサポートといった生活サポート情報を提供します。これにより、生活者が自らの生活行動データを日々の暮らしに役立てられる、より日常的で継続しやすい体験を提供します。

2. 次世代の領域へ向けた新しい取り組みの開始（ヘルスケア、ロングevity領域^{※6}）

健康寿命の延伸や病気になる前から、日々の状態を把握して生活習慣の改善につなげることへの関心が高まっています。日々測定可能なヘルスケア関連データをパートナー企業と協業し活用することで、電通の顧客企業の商品・サービスが心身の長期的な健康と暮らしの支援にどのようにつながるかを検証し、新しいマーケティングソリューションの検討を開始します。その第1弾としてメタジェンセラピューティクス株式会社との研究を開始し、つるおか献便ルームから得られる腸内環境データと生活行動データを組み合わせたAIシステムをマーケティング活用する可能性を検証します。

3. 蓄積したデータをもとに、マーケティング業務を支援するPeople Model（イエナカ版）の開発

第1弾から蓄積してきた生活行動データを活用し、dentsu Japan（国内電通グループ）が推進する「AI For Growth 3.0」における生活者シミュレーション基盤「People Model」^{※7}の高度化にも活用します。AIモデルである「People Model」のデータおよび機能を強化することで、参画企業が商品の使用実態や行動傾向、その前後の意識変化への理解を深め、商品・サービスの開発や改善、コミュニケーション設計などに活用できる可能性を探ります。

本実証事業では、スマートホームの普及拡大を見据え、生活者への継続的な生活・健康サポートと、企業の実行動データに基づく生活者理解を両立させ、双方に価値をもたらすスマートホーム活用モデルの確立を目指し、スマートホームを住宅設備や家電を制御する場にとどめず、生活者と企業が新たな商品・サービスや体験を共創する基盤へと発展させます。

■第3弾実証事業の概要

- ・ 期間：2026年8月から12月
- ・ 対象：「HAUS UPDATA」の取り組みへの参加を承諾したモニター100世帯程度
- ・ 方法：①IoTセンサーとIoT家電を設置、参画企業の商品を配布し、モニターの生活行動データを収集
②収集したデータを、電通独自のセキュアなデータ基盤^{※8}上で分析し、生活習慣・趣向を把握
③生成AIがモニターそれぞれの生活習慣・趣向に合わせて日用品の購買レコメンドや生活サポートを実施
④生成AIとの対話内容や生活者の回答内容を踏まえ、各社の提供サービスへフィードバック
- ・ HAUS UPDATA運営事務局：株式会社電通、日鉄興和不動産株式会社、株式会社CAPCO AGENCY、株式会社 電通マクロミルインサイト、設備機器メーカー1社

〈参画企業と役割（順不同）〉

※本実証事業はHAUS UPDATA全体の取り組みとして実施しますが、参画企業および各社の連携内容・期間は実証テーマにより異なります。

電通	HAUS UPDATA／本実証事業の企画設計・結果検証、データ連携基盤・生活者理解アルゴリズム・生活者向け生活サポートダッシュボード・共創AIの開発、生活者理解アルゴリズムに基づく商品／家電に関する情報・サービス提供支援
日鉄興和不動産	本実証事業の運営（推進）主体、実証事業全体/生活者向けサービス・検証の企画案検討
CAPCO AGENCY	本実証事業の運営（推進）主体、ペット共生領域の実証
電通マクロミルインサイト	本実証事業の運営（推進）主体
電通デジタル	共創AIの開発
シャープ	家庭内の消費財の使用タイミングや消費量に関するデータ収集が可能なIoTデバイス「のせログ」の開発・データ連携
オウガ・ジャパン Lumi United Technology Co., Ltd	IoTセンサー「Aqara」データの連携
ライフログテクノロジー	食事・運動・バイタル管理アプリケーション「カロミル」の提供、データ連携
マイベスト	生活行動データと連携した日用品比較機能（共創AI体験の一つ）の開発協力、商品評価・ランキング・選び方データの連携
NTTドコモ	HEMS機器の設置と生成AIによる電力使用サポート機能の検証
美和ロック	スマートロックの連携
SWITCHBOT	IoTセンサー「SwitchBot」データの連携
ビデオリサーチ	テレビ視聴データの連携

- ※1 各社それぞれが保有するデータや、意識調査データなど、適切な許諾取得済みのデータ。
- ※2 「HAUS UPDATA」は、データの収集方法や利用目的について生活者に丁寧に説明し、適切な同意を得た上で、住宅、家電、消費財、ヘルスケアなどの業界を横断して得られる生活行動データを統合・分析するプロジェクトです。これまで捉えることが難しかった家の中での生活習慣や商品の使用状況、生活者の意識や気分の変化などを多角的に把握し、一人ひとりの状況やライフスタイルに合わせた生活サポートと、企業による生活者起点の商品・サービス開発の実現を目指しています。
- ※3 2024年4月26日発表：電通と日鉄興和不動産、生活者と住宅・家電・消費財メーカー各社をつなぐスマートホームプロジェクト「HAUS UPDATA」を始動 <https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0426-010721.html>
- ※4 2025年7月22日発表：電通、日鉄興和不動産、CAPCO AGENCY、電通マクロミルインサイトが主導 業界横断スマートホームプロジェクト「HAUS UPDATA 第2弾 実証事業」開始 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0722-010914.html>
- ※5 性別・年代などのデモグラフィック情報を使わず、各種センサー（睡眠・ミリ波・赤外線等）や食事ログなどから得られた100以上の生活行動変数（平日・休日別）を用い、約90日間（1期間）×3期間分のデータから世帯の行動パターンをクラスタリング分析したもの。

- ※6 心身ともに健康で活動的に過ごせる期間である「健康寿命」を最大化し、生涯にわたるパフォーマンスとQOL（生活の質）を向上させる科学・産業領域。
- ※7 2025年5月19日発表：国内電通グループ、AIネイティブ化を加速する独自のAI戦略AI For Growth 2.0を発表
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0519-010884.html>
- ※8 電通が2025年に開発した「STADIA360」（テレビの実視聴ログデータに基づき個々の視聴者に向けてデジタル広告配信が行える総合マーケティングプラットフォーム）の知見をベースに構築した独自のシステム基盤により、多様なデータを、個人が特定できない環境下でセキュアに統合・分析できる。



国内電通グループは、“人間の知（=Intelligence）”と“AIの知”の掛け合わせによって、顧客や社会の成長に貢献していく独自のAI戦略「AI For Growth」を推進しています。

AI For Growthについては、以下ウェブページをご確認ください。
https://www.dentsu.co.jp/labo/ai_for_growth/index.html

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部
河南、長谷川、内田
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 : haus_updata@dentsu.co.jp