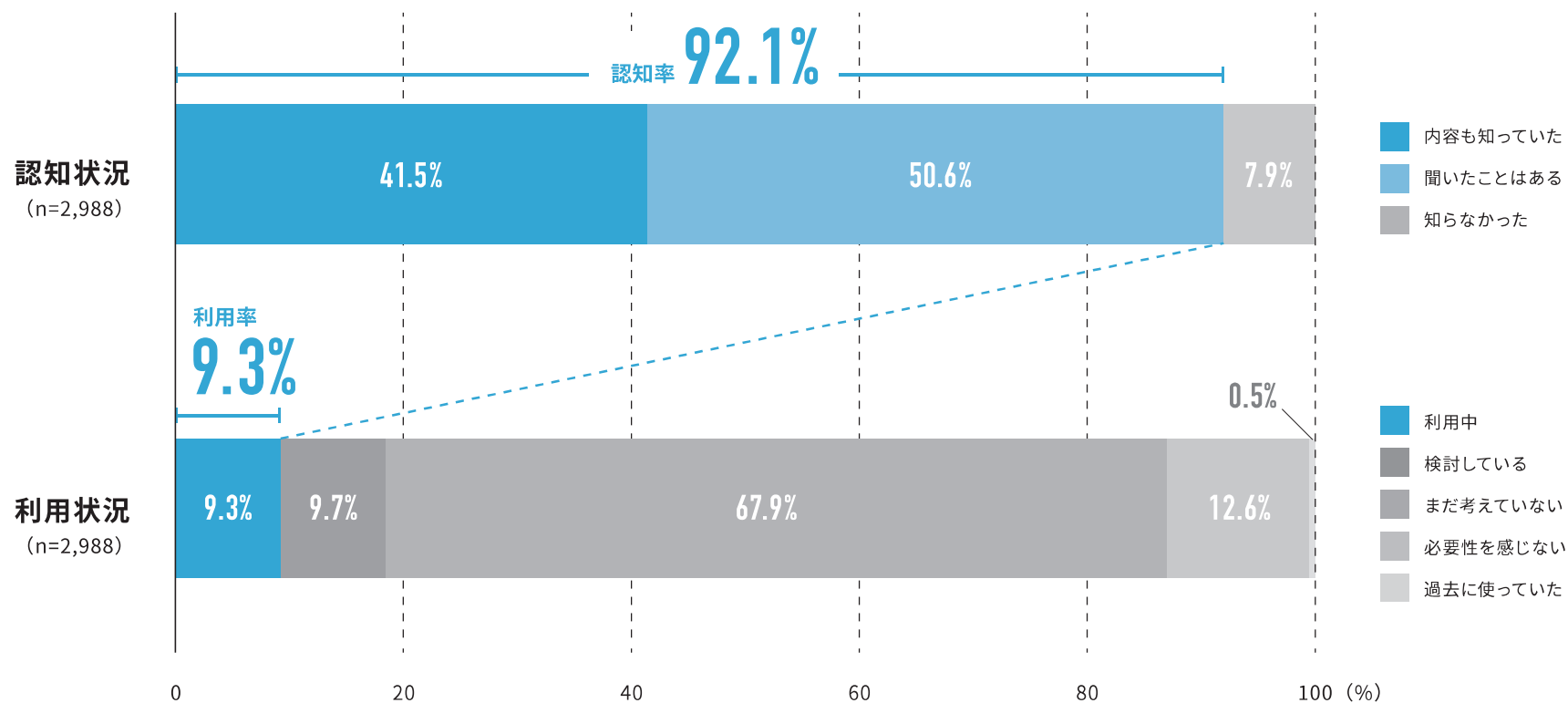


スマートホーム認知と利用状況

認知率は9割を超える一方、利用率は低い状況に

日本国内でのスマートホーム認知率は近年高まりを見せ、調査においても回答者の9割を超えています。

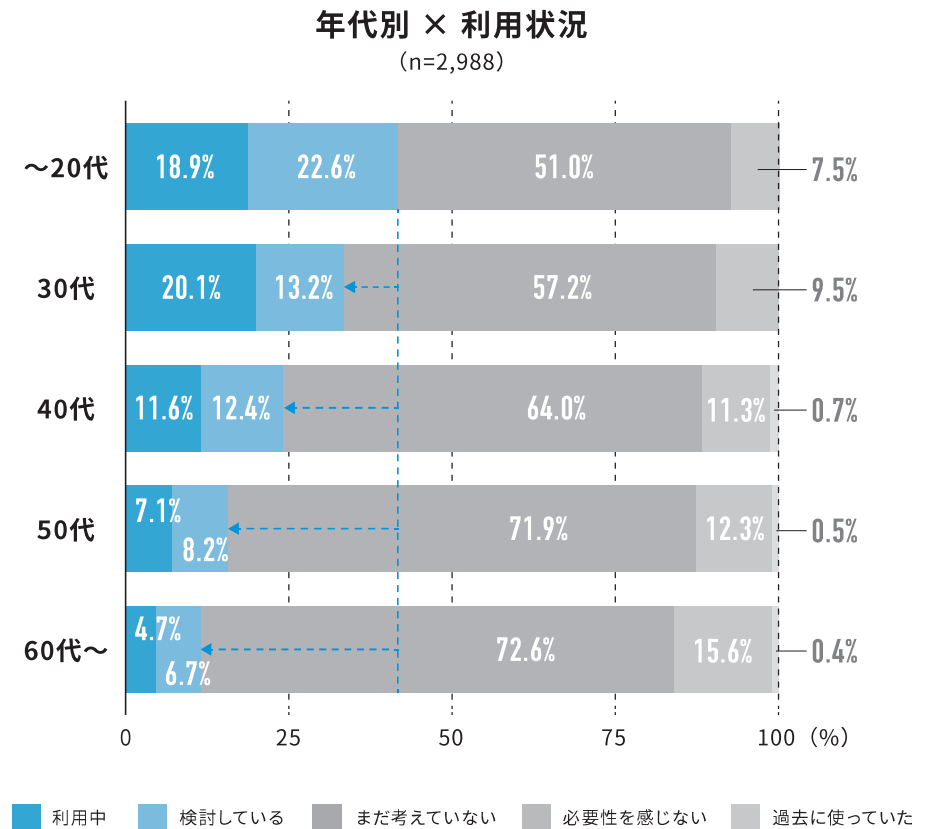
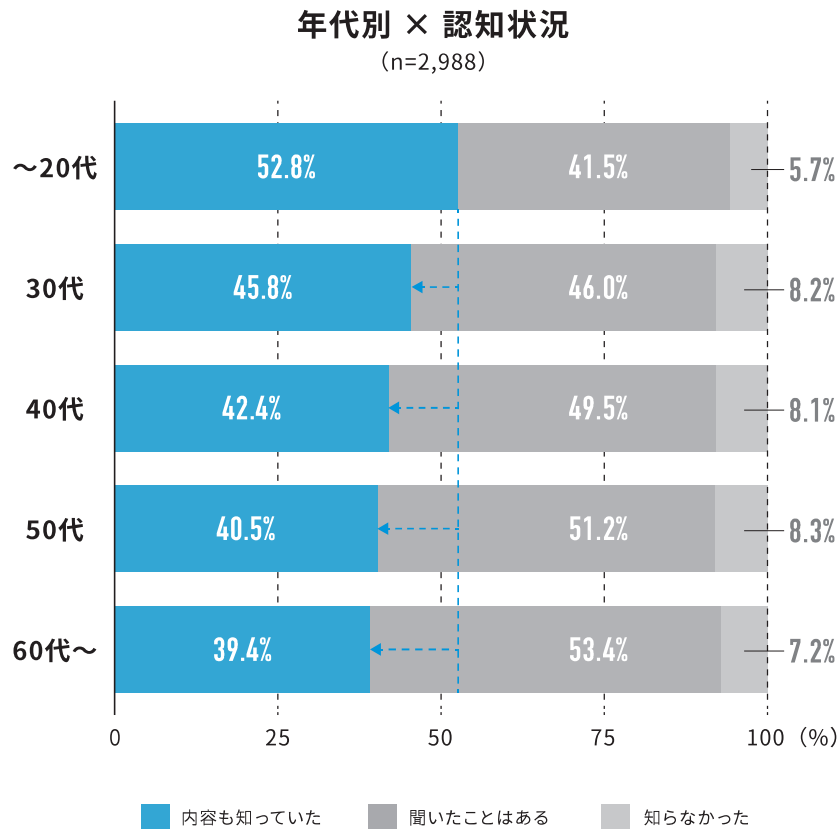
しかし、想起されるイメージは「機器の遠隔操作」が大多数であり、スマートホームの導入による価値が利用者目線で限定的になっている点も、利用率が9.3%と低迷している要因であると推察されます。



スマートホーム認知と利用状況詳細

スマートホームへの「理解度・利用率」は若い世代になるほど高くなる傾向に

スマートホームの認知状況には各年代で大きな差は見られないものの、「内容の理解度」という観点では年代が若いほど高くなる傾向にあります。利用状況や検討状況にも同様の傾向が見られ、若い世代の方がスマートホームのような新しい取り組みに関心を持ちやすく、比較的早いうちにサービス利用に至りやすいとも言えます。

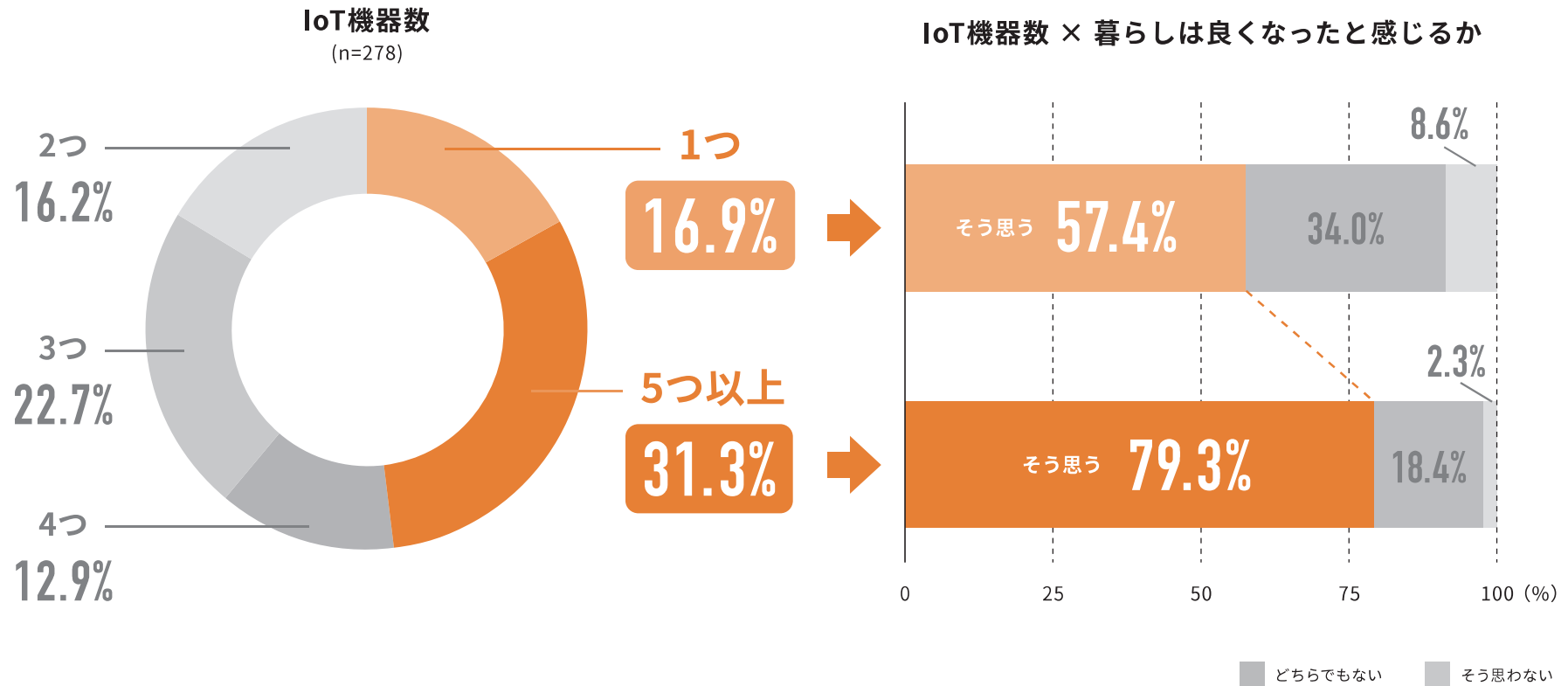


スマートホームの利用実態①

利用者の大半は複数のIoT機器を導入、機器数が増えるほど満足度も高くなる

スマートホーム利用者の接続IoT機器数は5つ以上が31.3%と最も高く、単一機器の利用者は16.9%に留まる結果となりました。

また、導入後の暮らしに対する評価を見ると、IoT機器数が増えるほど、利用者はその変化を実感しやすく導入評価も高くなるという傾向も見て取れます。

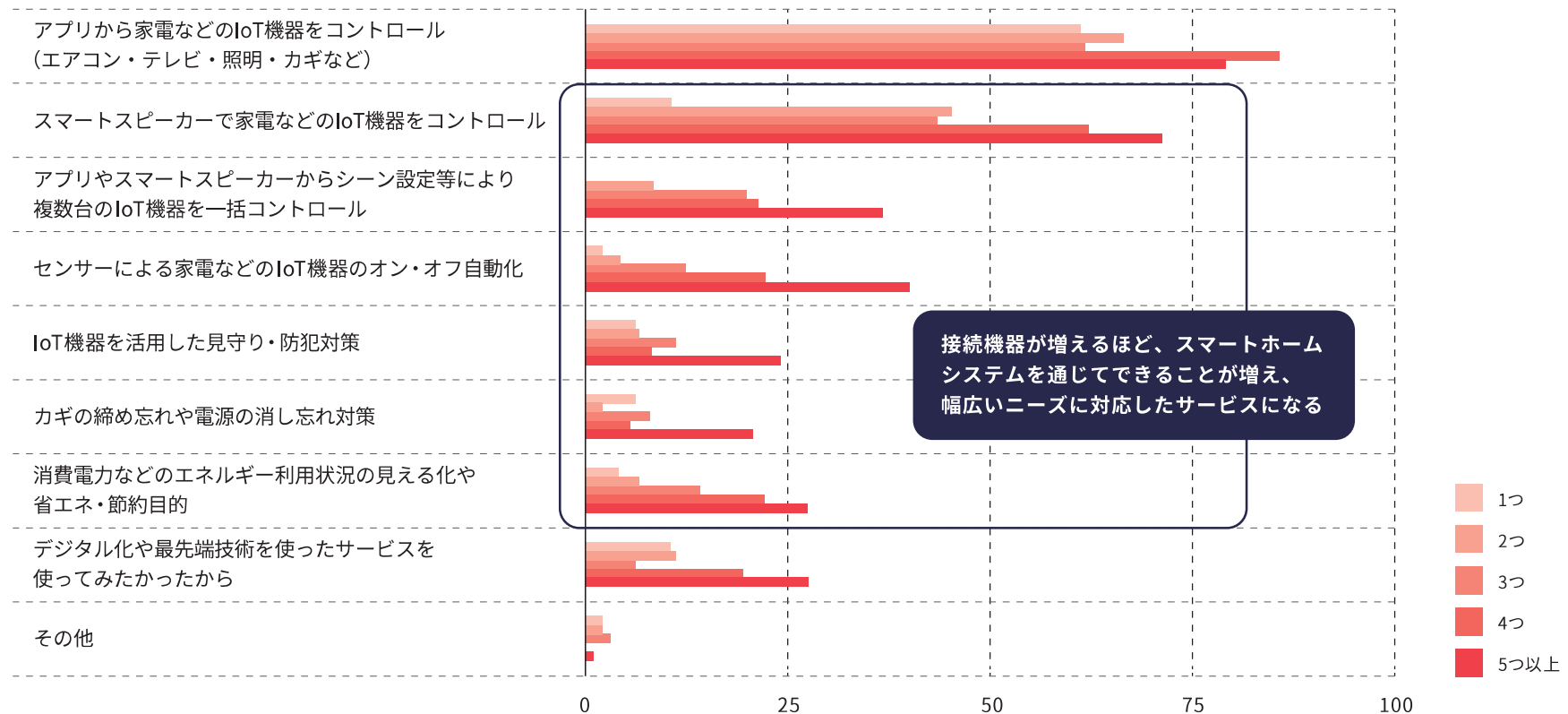


スマートホームの利用実態②

スマートホームは複数のIoT機器に接続された状態で真価を発揮

接続IoT機器数と導入評価の関係性を利用目的の観点から紐解くと、IoT機器数が増えるほど利用者は単純な「機器のコントロール」に留まらない幅広い目的にスマートホームの仕組みを活用していることが伺えます。

IoT機器数 × スマートホームの利用目的
(n=278)



スマートホームの利用実態③

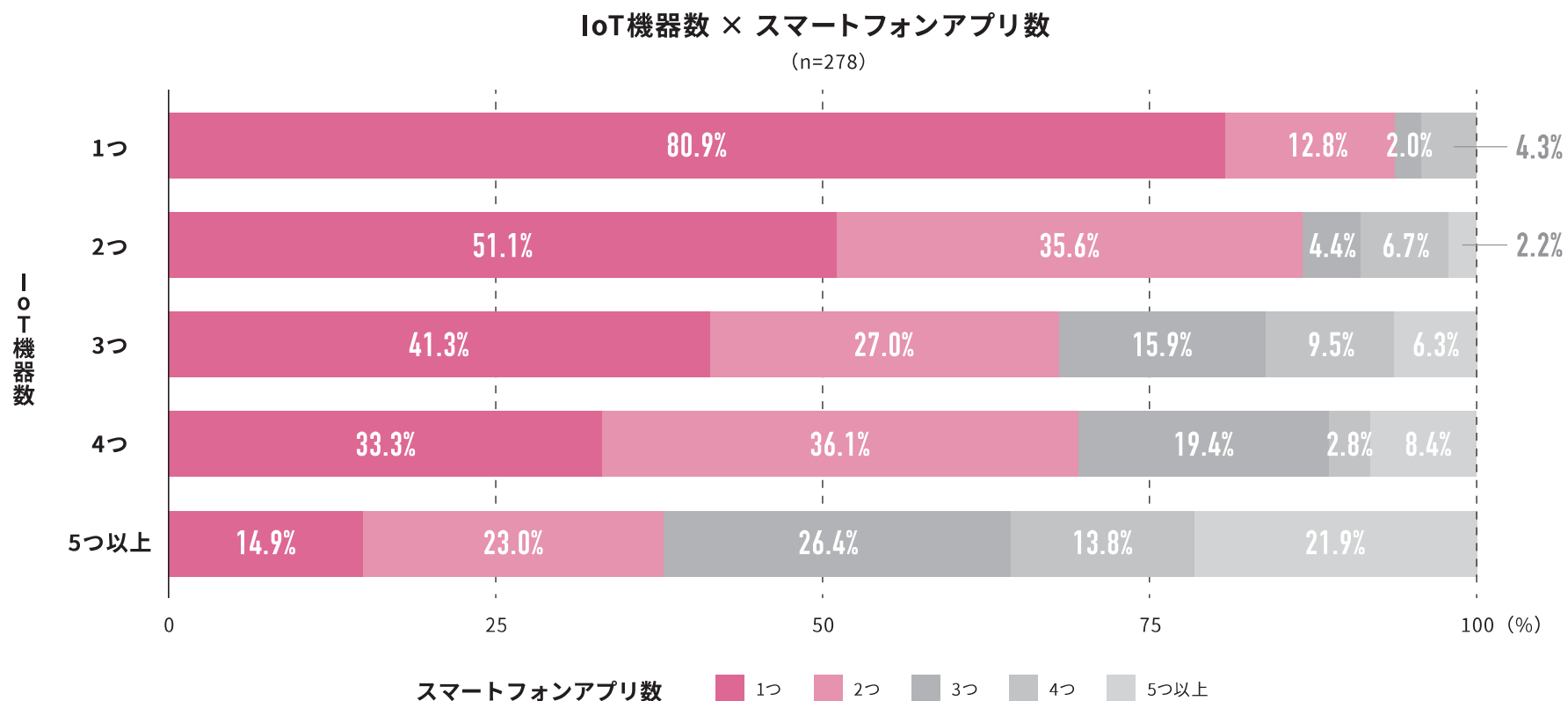
IoT機器数とスマートフォンアプリ数は比例傾向に

IoT機器数が増えるほどスマートホームの活用シーンが増えてくるといった好意的な捉え方ができる一方、機器数に比例して利用するアプリ数も増加しています。

利用者の多くは複数アプリを使いこなし細分化されたサービスを利用しており、

スマートホームの提供価値である「利便性の向上」や「暮らしの効率化」とは逆行する現状をいかに解消していくのかも向き合うべき課題だと言えます。

※3～5つ以上に含まれる機器は、①スマートスピーカー(71.0%)・②ロボット掃除機(57.0%)・③スマートリモコン(56.5%)・④人感センサー(50.0%)でメーカーを横断



スマートホームの利用実態④

スマートホームの利用開始経緯は“自ら購入”が8割を超える結果に

スマートホームの利用開始経緯は“自身で購入した”が82.4%と最も高く、“住まいに導入されていた”はわずか5.8%と大きな開きが見られます。

この部分もスマートホームの普及が進んでいない要因の1つであると推察され、今後は提供手法の見直しを含めた検討が求められるということが言えます。

