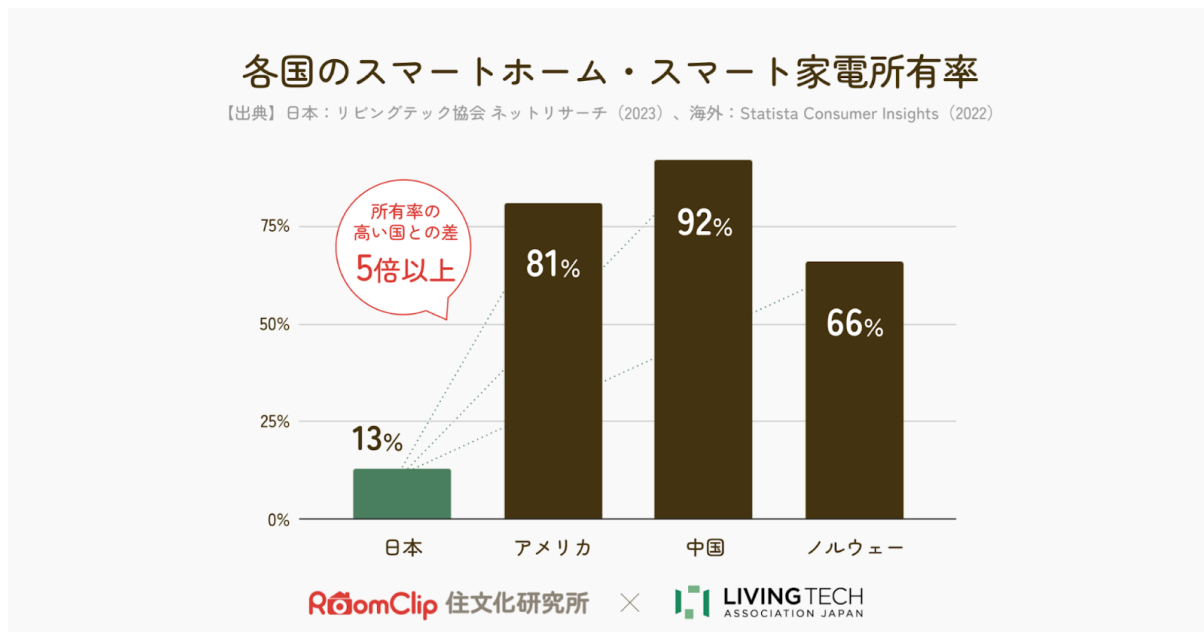


**RoomClipとLIVING TECH協会、共同でレポートを発表**  
**スマート家電・スマートホームの日本と海外の普及の開きは5倍以上**  
～普及率向上の鍵は「課題解決手段」としての認知とSNSでのエピソード発信～  
<https://lab.roomclip.jp/contents/smarthome/>

住生活の領域に特化した日本最大級のソーシャルプラットフォーム「RoomClip」を運営するルームクリップ株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役CEO：高重正彦、以下ルームクリップ）と、住宅やメーカーなど業界横断でテクノロジーを活用した豊かな暮らしを目指す一般社団法人LIVING TECH協会（本社：東京都港区、代表理事：山下 智弘・澤田 大輔、以下 LIVING TECH協会）は共同で調査を行い、スタティスタ・ジャパン株式会社（本社：独ハンブルグ、CEO フリードリヒ・シュワント、以下 Statista）の協力のもと日本のスマートホーム事情をまとめたレポートを発表しました。



### 【レポート発表の背景】

スマート家電・スマートホームという言葉が一般の生活者にまで届くようになってはや10年。これまで日本は普及が遅い立場として常に指摘される立場にありました。しかし、経済情勢の変化や人口の減少によって、今後さらに共働き家庭のさらなる増加が予測されるなど、家族のかたちはが今後も変化すると考えられています。

そのような中で、引き続き普及の期待が高まり続けているのがスマート家電・スマートホームの技術分野を指す「リビングテック」です。暮らしの豊かさがを増すのはもちろんのこと、家庭における家事従事者のサポートや一部の代替などが可能になることが期待されています。

そこで、LIVING TECH協会が掲げる「人々の暮らしを、テクノロジーで豊かにする。」というミッションに共感した、ルームクリップとStatistaは、同協会と共にそのメディアパートナーとして業界を横断して日本におけるスマートホーム周辺関連企業の連携や普及に取り組んで参りました。

そしてこの度、今後日本でさらなる普及が進むための課題やヒントを見つけることを目的に、LIVING TECH協会とルームクリップは共同で調査を行い、データや考察をまとめてレポートとして発表する運びとなりました。レポートでは、Statistaの協力のもと、スマート家電・スマートホームに関する海外との比較を踏まえた普及状況や生活者の意識、投稿事例などを紹介しています。

今後も、ルームクリップとLIVING TECH協会は、日本におけるスマートホーム周辺関連企業の連携や普及に取り組んで参ります。

※本レポートで使用するデータは、主に下記の調査およびデータに基づきます。

日本（一般）：「住まいに関する調査」（2023年 LIVING TECH協会 ネットリサーチ）

RoomClip：「スマート家電に関するアンケート」（2023年 ルームクリップ株式会社 RoomClipユーザーアンケート）

アメリカ・中国・ノルウェー：Consumer Insights（2022年 Statista）

## 【主なトピックス】

### <1> 日本と海外の違い

#### 1. 日本の所有率は13%、海外の普及の開きは5倍以上

Statista社の各国の調査によると、海外調査で取り上げた3カ国のうち最も低いノルウェーと比較しても、日本との所有率の差は5倍以上となりました。

総務省の情報通信白書（令和4年版）でもスマート家電の所有率は9.3%と報告されており、他国に比べた日本の普及の遅れが改めて強調される結果となっています。

#### 2. スマートホームに対する印象、日本では「コストが高い」「ネット接続による利便性」「遠隔操作の利便性」がTOP

日本においてスマートホームに関する印象を聞くと、「コストが高い」「ネット接続による利便性」「遠隔操作の利便性」が上位に挙がりました。

#### 3. 各国と差が開いたのは「セキュリティを高める」「経済メリットがある」「環境にやさしい」

日本と海外で大きく差が開いたのは「セキュリティを高める」「経済メリットがある」「環境にやさしい」といった視点。項目によっては3倍以上の開きも。「防犯」「環境」といった、各国の住生活において必要に迫られる課題の解決について、代替のサービスよりもコストパフォーマンスが良いと捉えられていると考えられます。

### <2> 日本の普及率の低さの背景

#### 1. 日本の普及率の低さの理由は「持ち家率の低さ」「専業主婦世帯の多さ」ではない

日本でのスマートホームが普及しないのは、「海外と比べて専業主婦世帯が多く、暮らしに手間をかけられるから」「賃貸が多く、スマート化しづらいから」といった意見が上がることもありますが、調査結果から、統計的に大きなギャップは見られませんでした。

## 2. スマート家電の設定の難しさは普及率に関連しない

スマート家電を48%が所有するRoomClipユーザー（日本人一般の所有率に比べ3倍以上の所有率）において、「スマート家電は設定が複雑」と回答した割合は全国一般よりも大きく上回る結果となっています。決してITに対して自信が強いわけではないユーザー層のコミュニティの中でも、普及が先行していることがわかりました。

### <3> 調査でわかった、普及率向上のためのヒント

#### 1. 家事サポートや快適化につながるスマート家電から利用が定着

RoomClipユーザーの所有率を見ると、ロボット掃除機やネットワーク対応の冷蔵庫・電子レンジのようなキッチン家電をはじめとする生活家電が1位で、1台でも所有するユーザーは27%超。これはアメリカの平均値をも超える割合です。一方、エンターテインメント系やセキュリティ系の機器の所有率は各国に比べて低いことから、普及の形は海外と同じとは限らないことが示唆されます。

#### 2. 購入のきっかけとして鍵となるSNS

RoomClipユーザーに所有のきっかけを聞き取ると、1位から順に「自分で調べた（21.5%）※Web検索などが該当」「家電の買い替え（21.1%）」「SNS（17.0%）」といった回答が得られました。テレビをはじめとしたマスメディアの情報（8.0%）より、2倍以上の割合でWeb検索やSNSなどのオンライン情報によりスマート家電に興味を持ったことがわかります。

#### 3. 共感されるエピソードが増え、スマートロック関連タグ投稿水準は前年比2.2倍に

「スマート家電」分類の中で、直近1年の投稿水準の伸長率が最も高かった「スマートロック」は、投稿水準は前年比2.2倍に。2020年ごろはプロダクトそのものを見せ、紹介するための投稿が中心でしたが、2022年は、当事者間で共感されやすいエピソードが描かれる例が増加。スマート家電を使う暮らしで得られた良い体験を語る投稿が充実する時期に移っていくことは、普及加速の糸口であると考えられます。

### 【総括・考察】

スマート家電・スマートホーム普及への鍵は「課題解決手段」「SNSによるエピソード発信」「タイムリーなユースケースの提供」と「住まい設計のスマート化」

#### 1. 課題解決手段としての認知が求められるスマート家電

日本では「付加価値=贅沢」として受け入れられてしまうこともあるスマート家電ですが、海外のように、暮らしの課題解決手段となる必需品として認知されるようになれば、ユーザー層もより多様化しながら増加していくと考えられます。

#### 2. SNSによる「エピソード」発信の充実

当事者目線で話せる様々な背景のユーザーが、家電を利用して具体的にどう自分の生活に役立ったかのエピソードを積極的に発信してもらうきっかけづくりが重要になります。

#### 3. タイムリーなユースケースの提供：例えば、「節電」

海外では、スマート家電・スマートホーム機器の利用が「環境にやさしい住まいにできる＝エネルギーマネジメントに有効性がある」といった一定の認知があります。節電が喫緊の課題となっている日本においてそのようなユースケースが提供されると、すぐにもスマート家電を新しい文脈で届けることが可能になります。

#### 4. 普及の加速に備え、住まいの設計レベルでスマート化を取り込む

スマート家電やスマートホーム設備導入を前提として住まいの意匠に収まるような設計考慮がより強く求められるものとなると考えます。あるべき設計の追求・それらを反映した住宅の社会実装に努めることが今後の使命となっていくと考えています。

#### ※本レポート詳細はこちら

URL: <https://lab.roomclip.jp/contents/smarthome/>

#### 【一般社団法人LIVING TECH協会について】

名称：一般社団法人LIVING TECH協会

所在地：東京都港区南青山5丁目-4-35 たつむら青山ビル

設立：2020年4月28日

公式HP：<https://www.ltajapan.com/>

役員：

代表理事：山下 智弘（リノベル株式会社 代表取締役／LivingTech カンファレンス 2017-2018主催）

代表理事：澤田 大輔（アマゾンジャパン合同会社 Alexa インターナショナル 事業開発本部 本部長）

理事：東 克紀（YKK AP株式会社 事業開発統括部長）

理事：山田 毅（アイロボットジャパン合同会社 執行役員 マーケティング本部長 兼 新規事業開発室長）

理事：伊藤 政博（パナソニック株式会社ライフソリューションズ社 マーケティング本部 ソリューション事業統括部 統括部長）

理事：大塚 圭太郎（シグニファイジャパン合同会社 職務執行者 社長）

監事：成木 治男（TMI総合法律事務所 パートナー 弁護士）

顧問：中村 剛（東京電力エナジーパートナー株式会社 販売本部 お客さま営業部 副部長 リビング・デジタルメディア担当）

顧問：武井 浩三（社会システムデザイナー 不動産テック協会発起人 元LIVING TECH協会理事）

メディアパートナー：

『RoomClip』 <https://roomclip.jp/>

『@DIME』 <https://dime.jp/>

『Statista』 <https://www.statista.com/>

『UXD KURASHI LAB.』 <https://www.uxd-kurashi-lab.com/>

#### 【スタティスタ・ジャパン株式会社について】

代表者：津乗 学

所在地：150-0041 東京都渋谷区神南1丁目5番6号 H'0 渋谷神南

事業内容：サブスクリプション型の統計調査データベース

URL：<https://www.statista.com/>

日本語ホームページ：<https://statista.co.jp/>

#### 【RoomClip住文化研究所について】

RoomClip住文化研究所は、RoomClipに投稿された膨大な写真やコメント、タグなどの実例データ、検索や保存、いいねなどのアクティビティデータ、ユーザーアンケートやインタビューなどを基に、住まい・暮らし領域のトレンドや消費性向などについて調査・分析する研究機関です。2021年4月に設立し、毎月様々なテーマで分析レポートを発表しています。

<https://lab.roomclip.jp/>

**【RoomClipについて】** <https://roomclip.jp/>

家具や家電、雑貨などインテリアの写真を投稿・閲覧できる、住生活の領域に特化した日本最大級のソーシャルプラットフォームです。スマートフォンアプリとインターネットのウェブサイトを展開しています。現在月間ユーザー数は600万人、写真枚数は500万枚を超えます。RoomClipは日本で最も「実際に人が生活している部屋の写真とデータ」が集まっているサービスです。雑誌やテレビなど年間に100以上の媒体でRoomClipユーザーが紹介されています。

**【ルームクリップ株式会社について】** <https://roomclip.jp/>

代表者：高重正彦

設立：2011年11月24日

所在地：東京都渋谷区千駄ヶ谷1-28-1

URL：<https://corp.roomclip.jp/>

事業内容：「RoomClip」「RoomClipビジネス」「RoomClipショッピング」の企画・開発・運営

RoomClip（<https://roomclip.jp/>）

RoomClipビジネス（<https://roomclip.jp/business/>）

RoomClipショッピング（<https://roomclip.jp/shopping/>）

RoomClip住文化研究所（<https://lab.roomclip.jp/>）

**【報道関係からの問い合わせ先】**

一般社団法人LIVING TECH協会 PR担当 田形梓

TEL：03-5766-2590（リノベる株式会社内） Mail：info@ltajapan.com