

# コネクテッドホーム・ スマートデバイス 市場意識調査 2020

2021年4月20日

PwCコンサルティング合同会社  
電力・ガスシステム改革支援室



# 本調査 概要

- 調査期間: 2020年5月25日(月)～2020年5月26日(火)
- 調査対象: 日本全国の一般家庭における消費者
- 調査方法: Webによるアンケート方式
- 有効回答件数: 2,000件(成行回収)
- 有効回答率: 48.4%(2,000件／4,135件)
- 調査項目:
  1. コネクテッドホーム／スマートホームの調査
  2. スマートデバイスの調査
  3. デジタル機器に関する購買意欲の調査
  4. ライフスタイルによるセグメンテーション調査

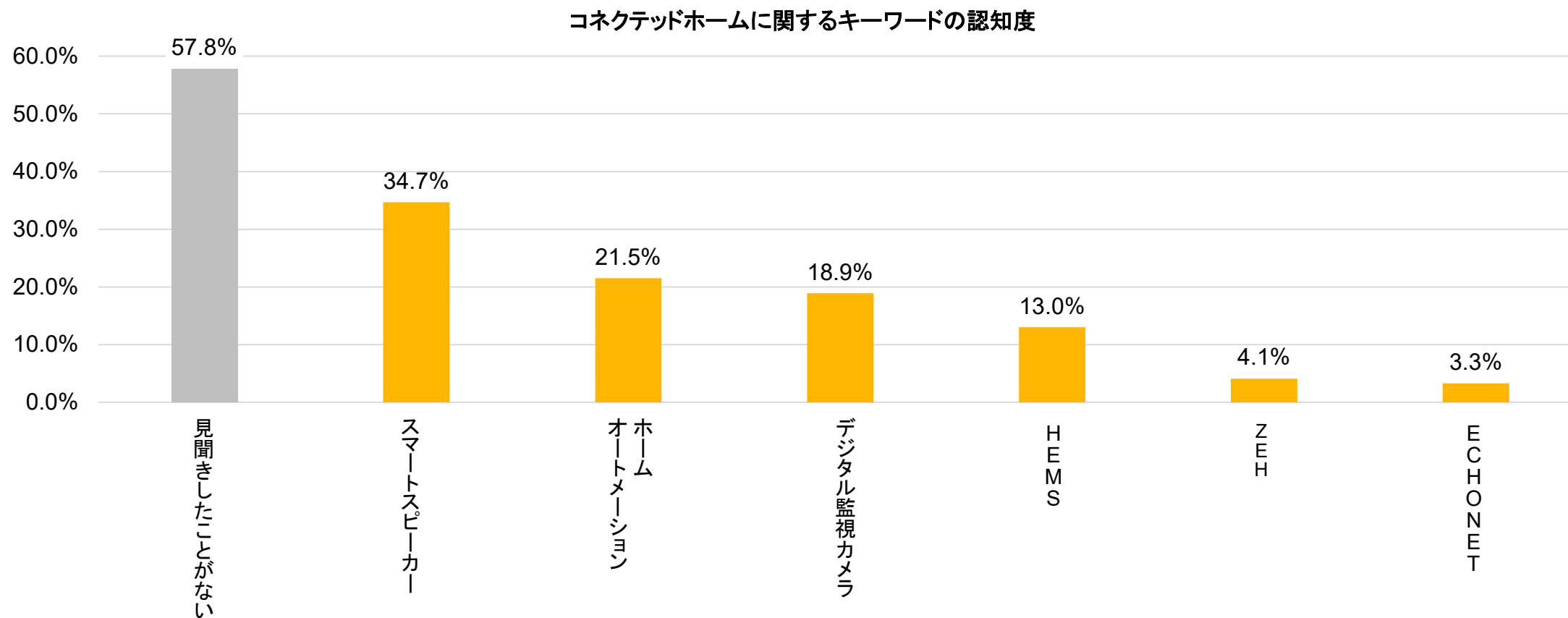
# 1

コネクテッドホーム／  
スマートホームの調査

# コネクテッドホームの認知度

米国の大手テクノロジー企業などの製品が台頭するスマートスピーカー市場について、コネクテッドホームの認知度が最も高い。

Q. あなたは以下のような「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するキーワードについて知っていますか？（複数回答可）

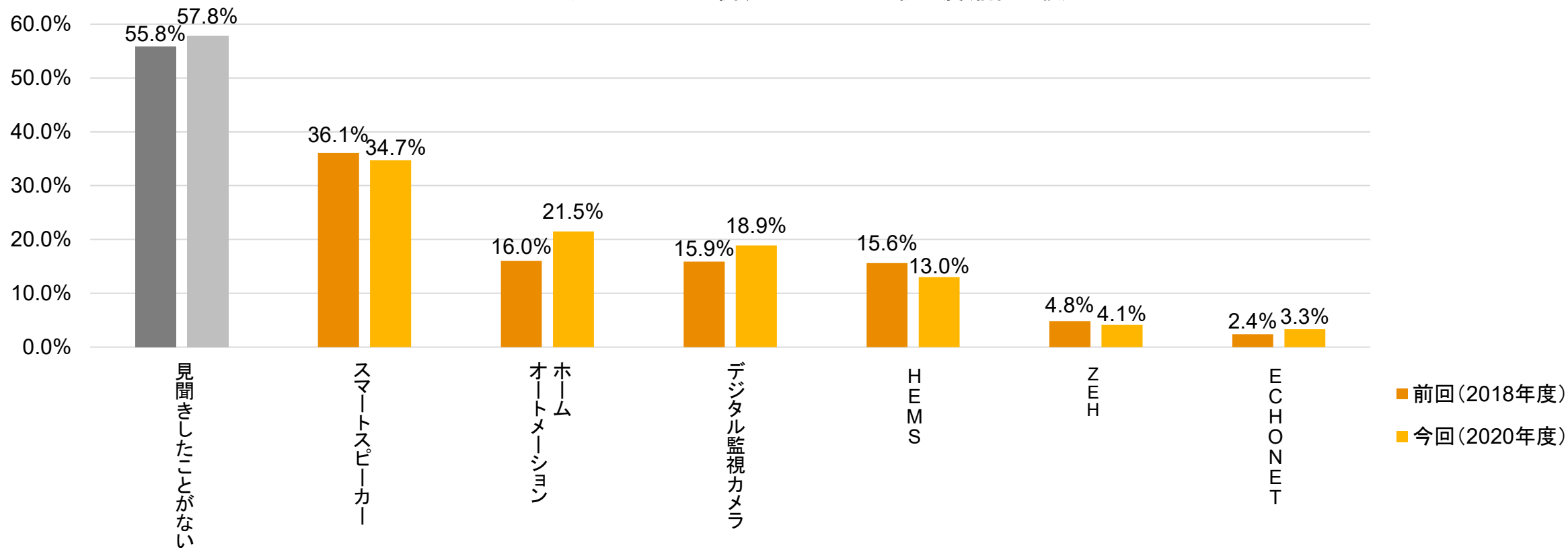


# コネクテッドホームの認知度(前回比較)

ホームオートメーションやデジタル監視カメラなど、見守りやセキュリティに関連したサービスの認知度は上昇傾向にある。

Q. あなたは以下のような「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するキーワードについて知っていますか？（複数回答可）

コネクテッドホームに関するキーワードの認知度(前回比較)

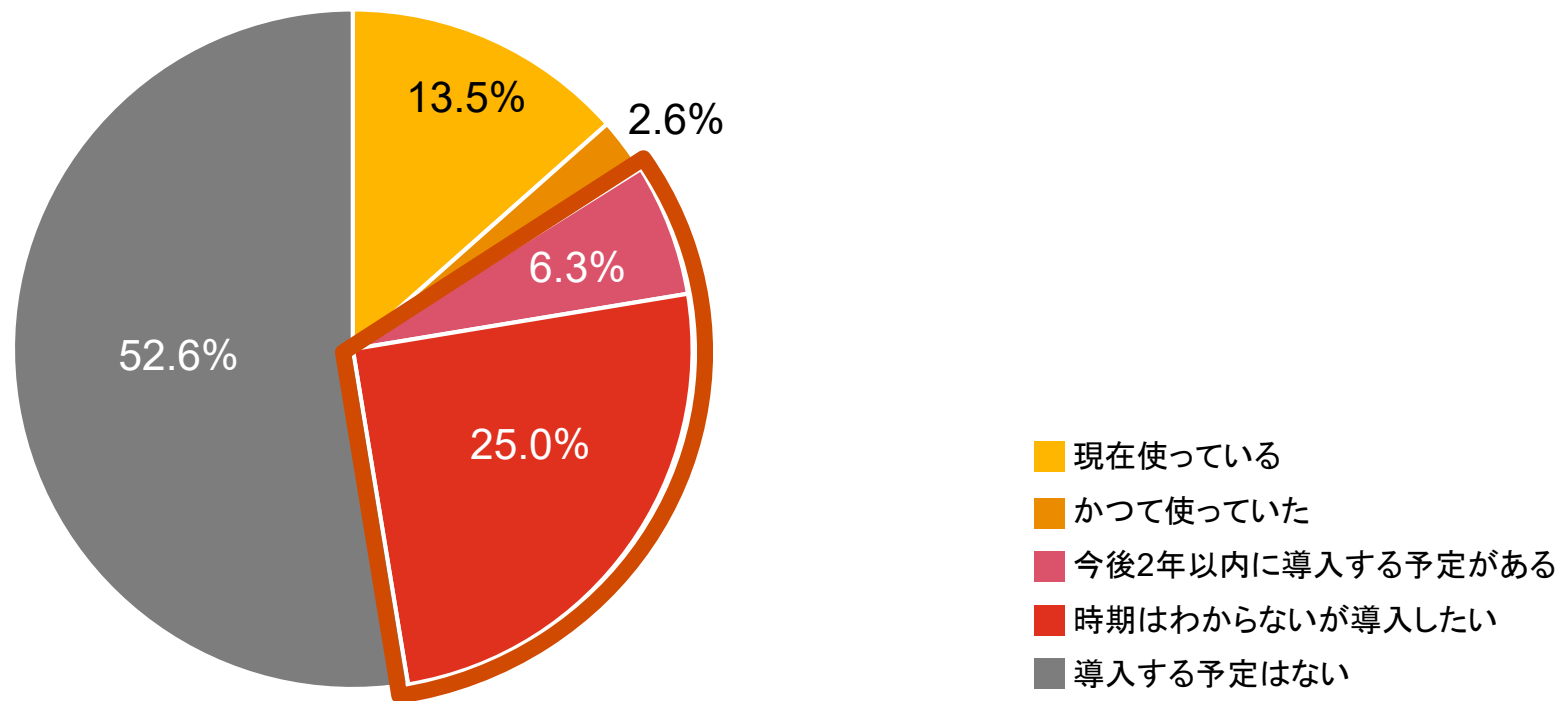


# コネクテッドホーム利用状況(1/3)

コネクテッドホームのサービス全般の導入検討者は約3割存在しており、市場ポテンシャルがある。

Q. あなたは、自分の住宅(持ち家・賃貸を問わない)で、以下のような「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を使っていますか？(ホームオートメーション、HEMS、ZEH、デジタル監視カメラ、スマートスピーカー)

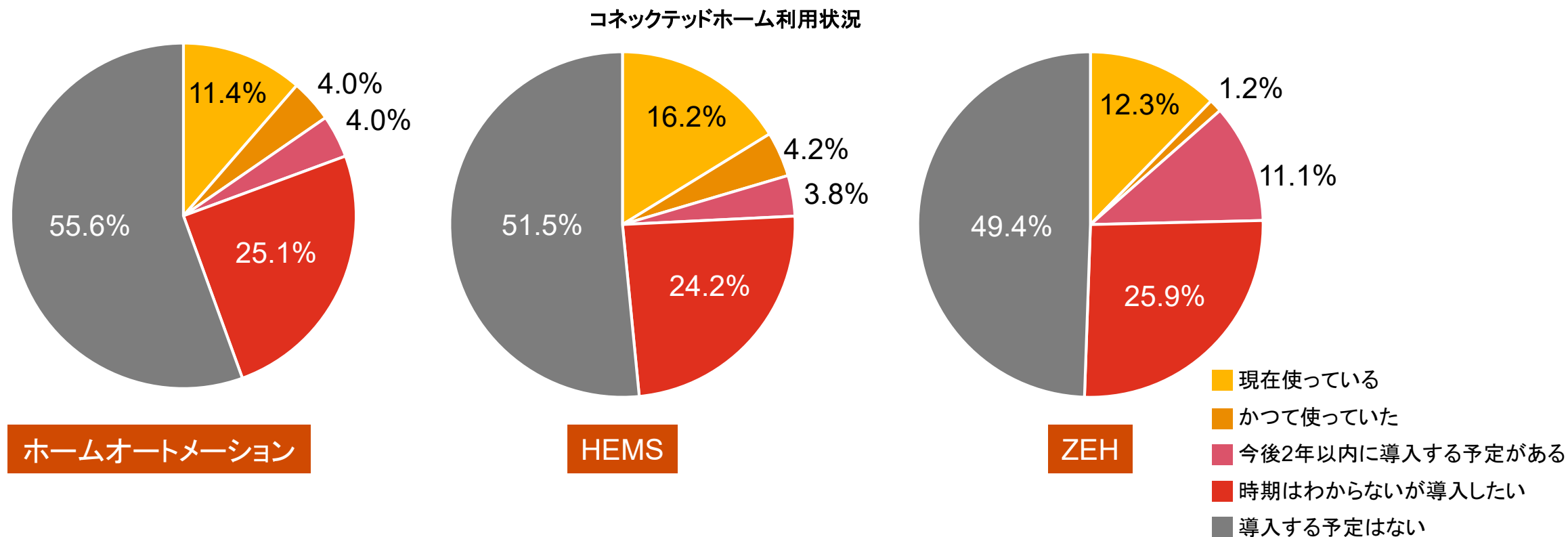
コネクテッドホーム利用状況(全般割合平均)



## コネクテッドホーム利用状況(2/3)

サービス別に見た場合、現在と過去を含めた利用割合が最も高いのはHEMS(20.4%)、導入検討者の割合が最も高いのはZEH(37.0%)である。

Q. あなたは、自分の住宅(持ち家・賃貸を問わない)で、以下のような「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を使っていますか？

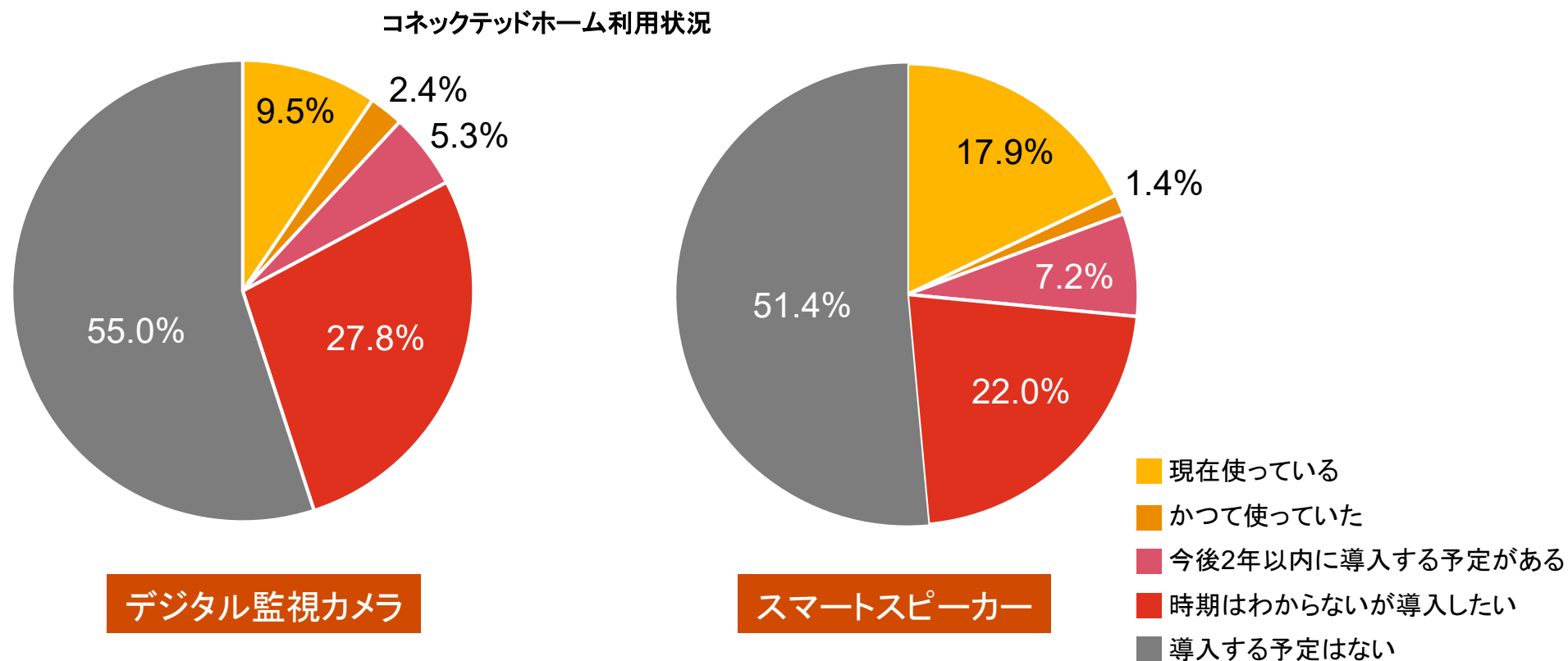


# コネクテッドホーム利用状況(3/3)

利用実績の割合が最も高いのはスマートスピーカー(19.3%\*)である。

\*過去の所有を含む

Q. あなたは、自分の住宅(持ち家・賃貸を問わない)で、以下のような「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を使っていますか？

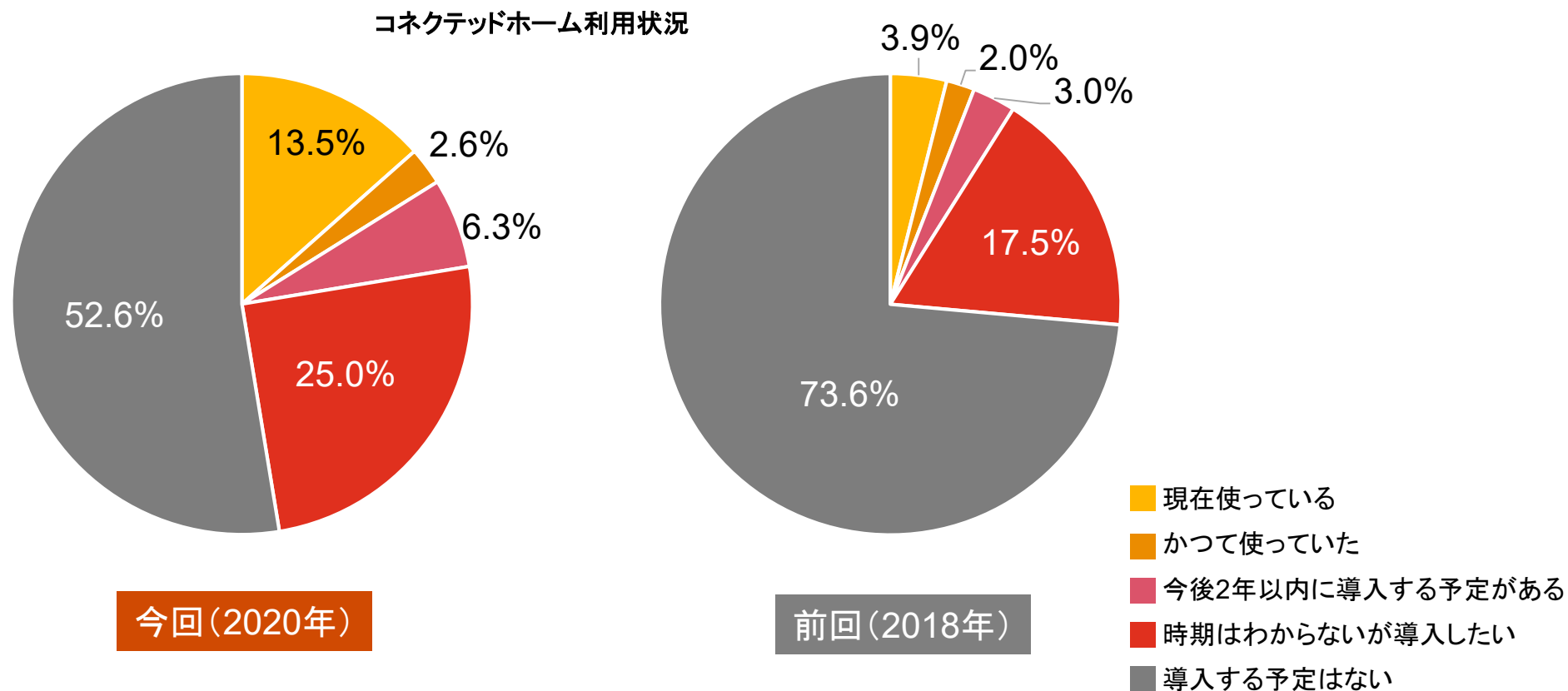




# コネクテッドホーム利用状況(前回比較)

コネクテッドホームのサービス全般の平均使用率が前回から10.2ポイント上昇しており、コネクテッドホームが普及しているといえる。

Q. あなたは、自分の住宅(持ち家・賃貸を問わない)で、以下のような「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を使っていますか？(ホームオートメーション、HEMS、ZEH、デジタル監視カメラ、スマートスピーカー)

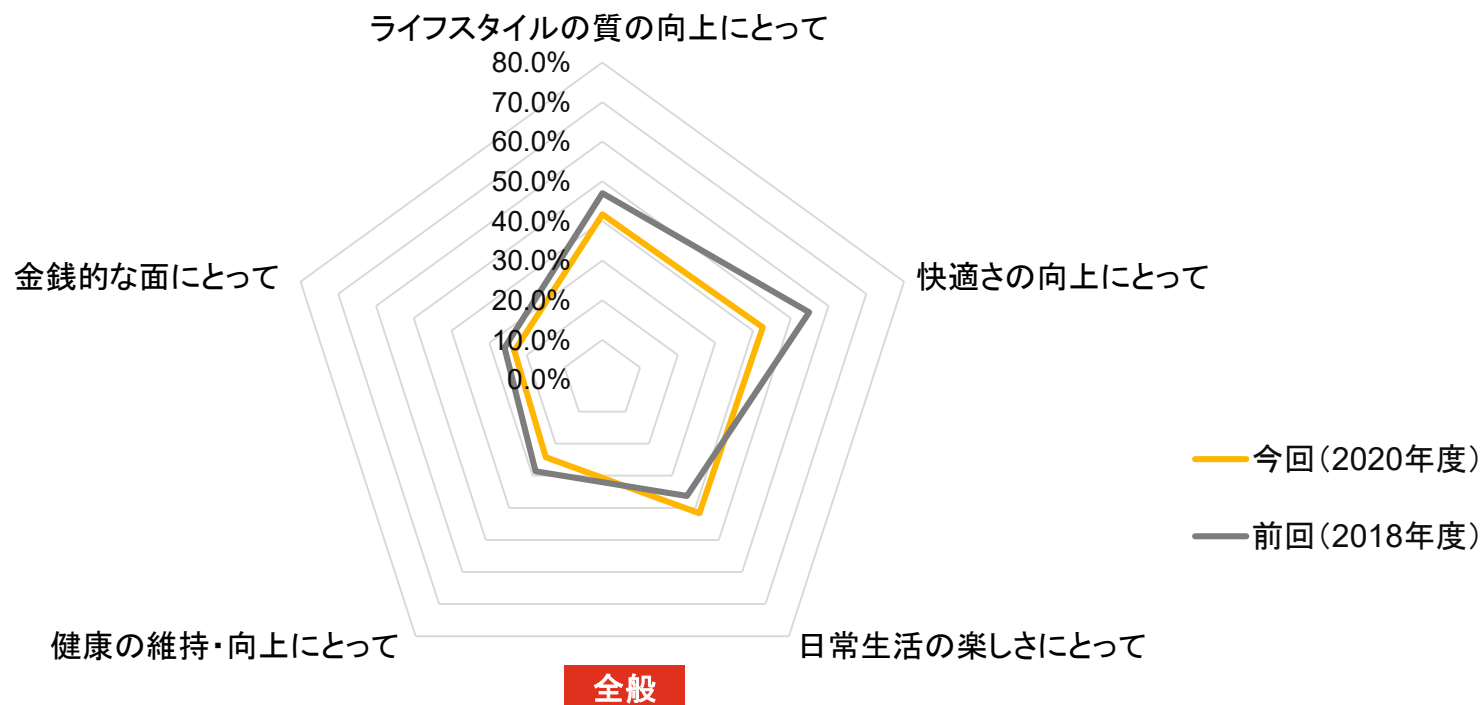


# コネクテッドホームが効果があると感じた割合

コネクテッドホームユーザーはライフスタイルの質の向上、快適さの向上、日常生活の楽しさの側面で効果を感じる割合が多く、前回と同様の傾向を示している。

Q. 「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を実際に使用した感想について、具体的にお聞かせください。  
(「効果があった」「期待以上の効果があった」という回答の割合を集計)

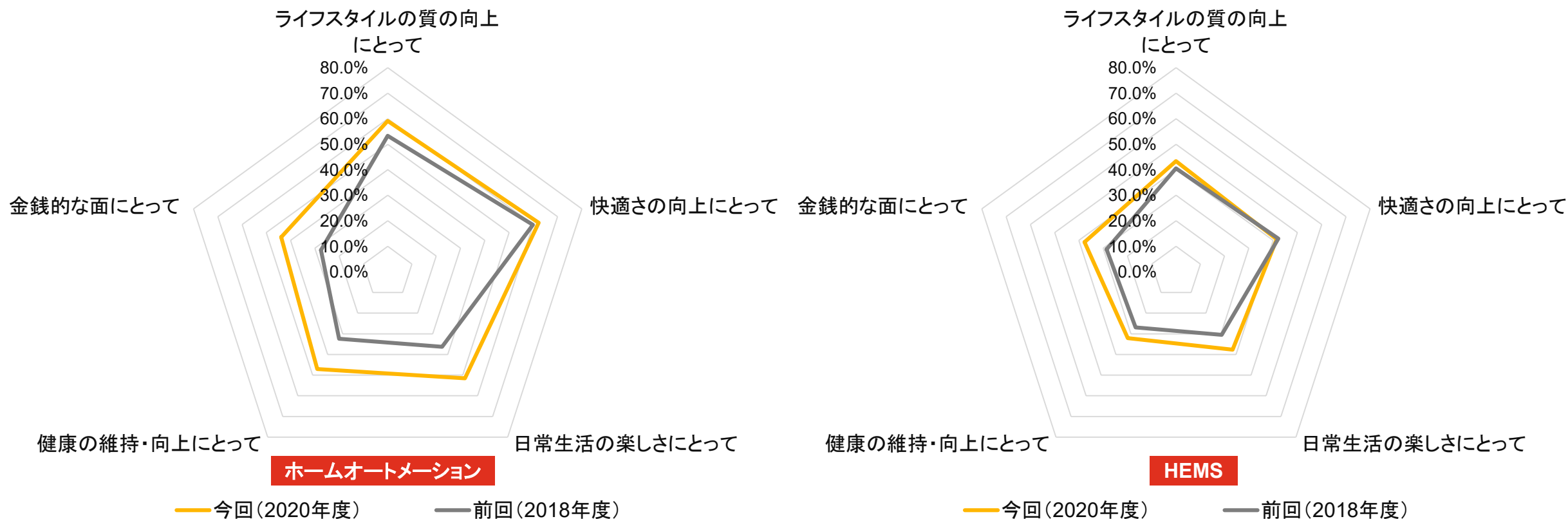
コネクテッドホーム／スマートホーム(全般)ユーザーにとっての導入効果(前回比較)



# コネクテッドホームが効果があると感じた割合(前回比較)

ホームオートメーションやHEMSユーザーは金銭面や健康面、日常生活の楽しさの側面で効果を感じている傾向にある。

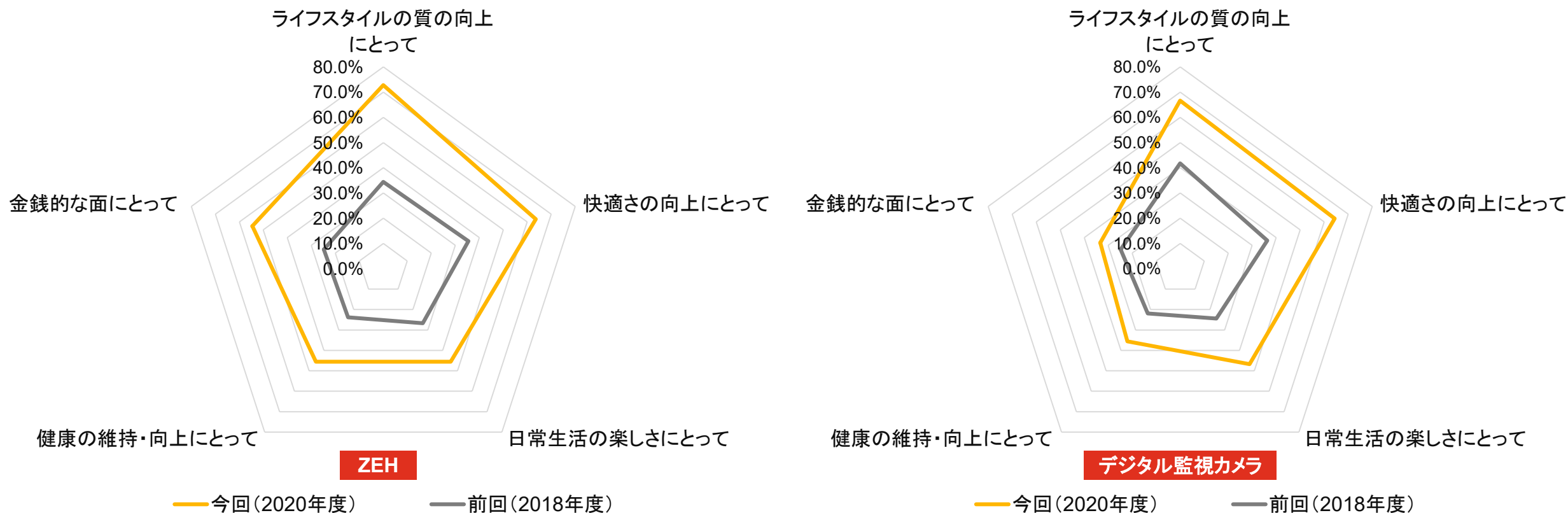
Q.「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を実際に使用した感想について、具体的にお聞かせください。  
(「効果があった」「期待以上の効果があった」という回答の割合を集計)



# コネクテッドホームが効果があると感じた割合(前回比較)

ZEHとデジタル監視カメラユーザーは全般的に導入効果の評価が高まっている。

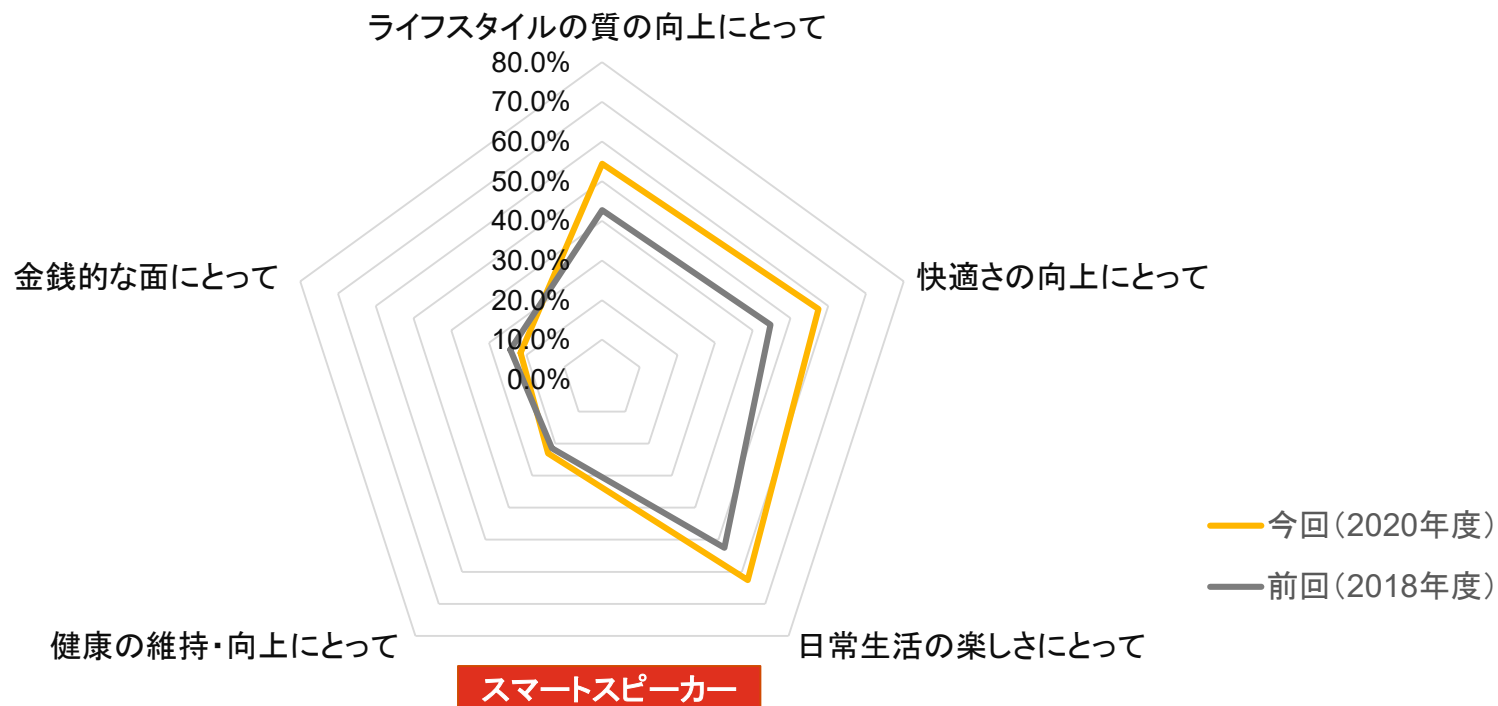
Q. 「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を実際に使用した感想について、具体的にお聞かせください。  
(「効果があった」「期待以上の効果があった」という回答の割合を集計)



# コネクテッドホームが効果があると感じた割合(前回比較)

スマートスピーカーはライフスタイルの質や快適さの向上、日常生活の楽しさの面で効果を感じている傾向にある。

Q.「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を実際に使用した感想について、具体的にお聞かせください。  
(「効果があった」「期待以上の効果があった」という回答の割合を集計)

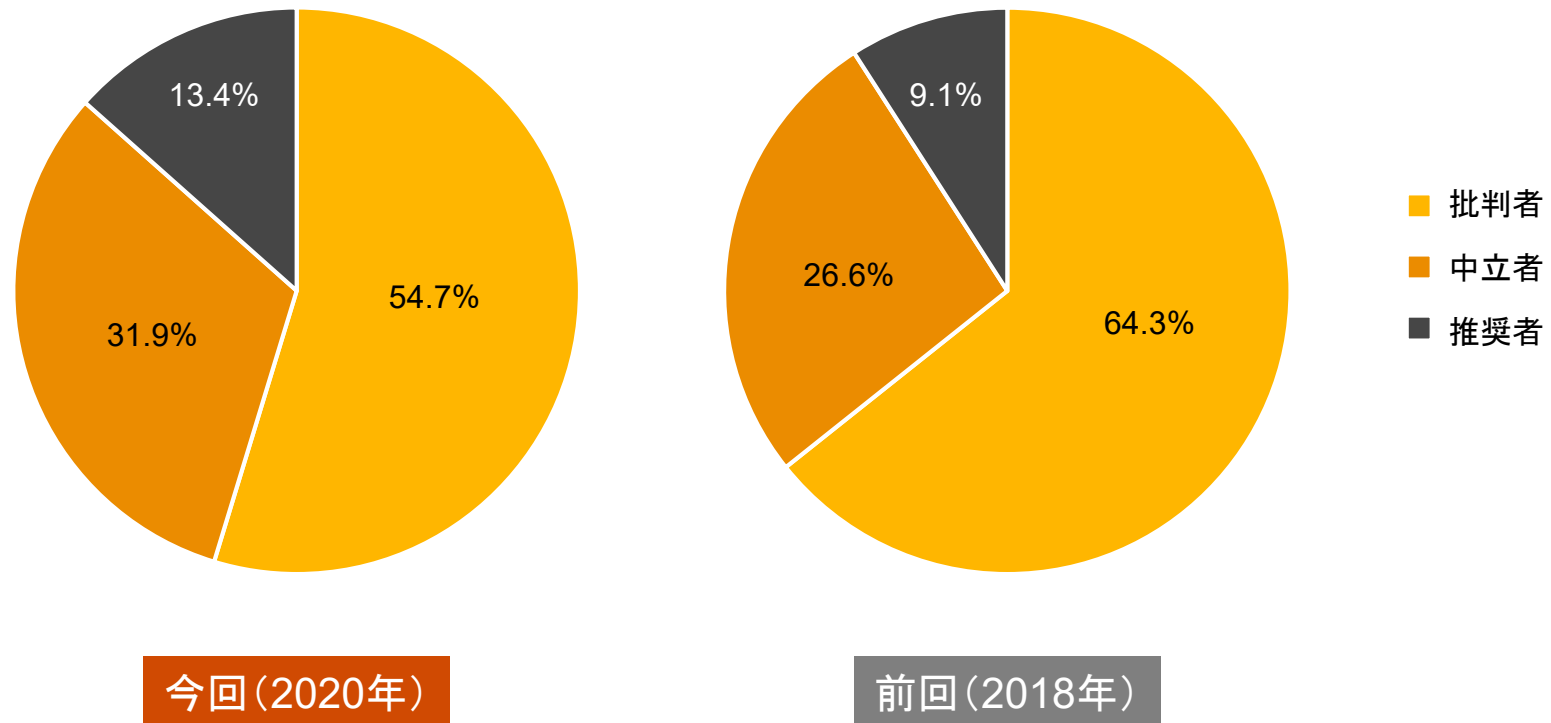


# コネクテッドホームのロイヤルティ

推奨者の割合は2018年度から2020年度の2年間で4.3ポイント増加している。

Q. あなたは、「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を、知人等に勧めたいと思いますか？

コネクテッドホームのユーザーロイヤルティ

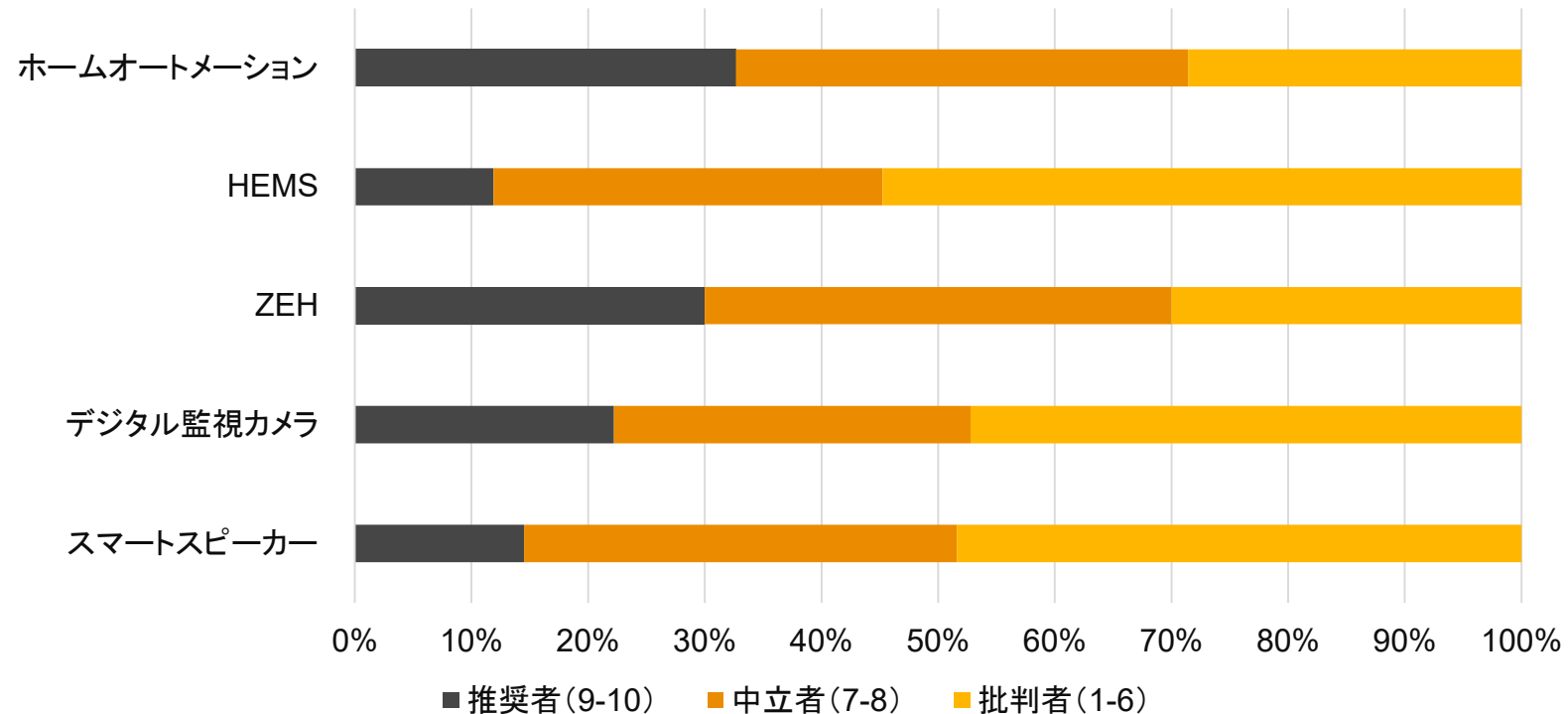


# コネクテッドホームのロイヤルティ

ホームオートメーションやZEHを使用している人が推奨者になっている傾向がある。

Q. あなたは、「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を、知人等に勧めたいと思いますか？

コネクテッドホームのユーザーロイヤルティ(利用サービスの割合)

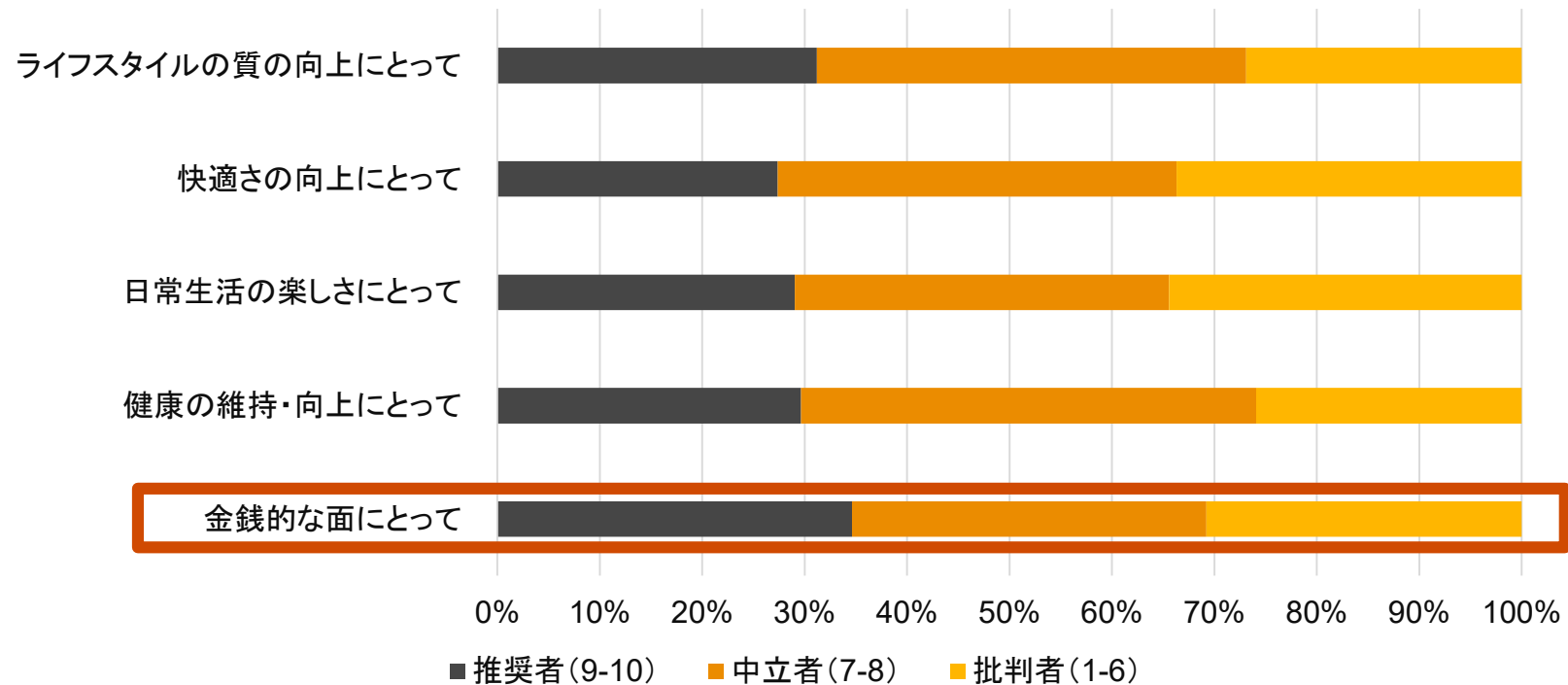


# コネクテッドホームのロイヤルティ

金銭面に効果を感じている人が推奨者になっている傾向がある。

Q. あなたは、「コネクテッドホーム／スマートホーム」に関するサービス等を、知人等に勧めたいと思いますか？

コネクテッドホームのユーザーロイヤルティ(効果があると感じた割合)





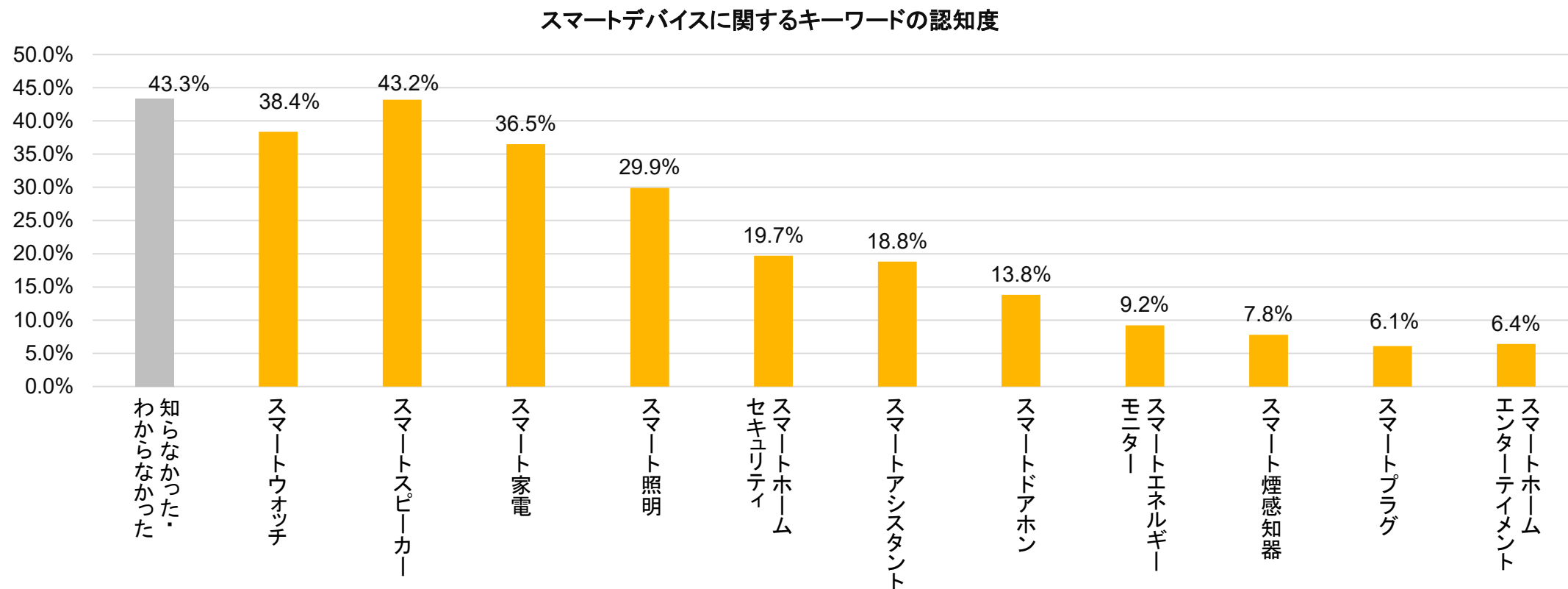
2

スマートデバイスの  
調査

# スマートデバイスの認知度

スマートデバイス全体についての認知度は、最大で約半数程度にとどまる。

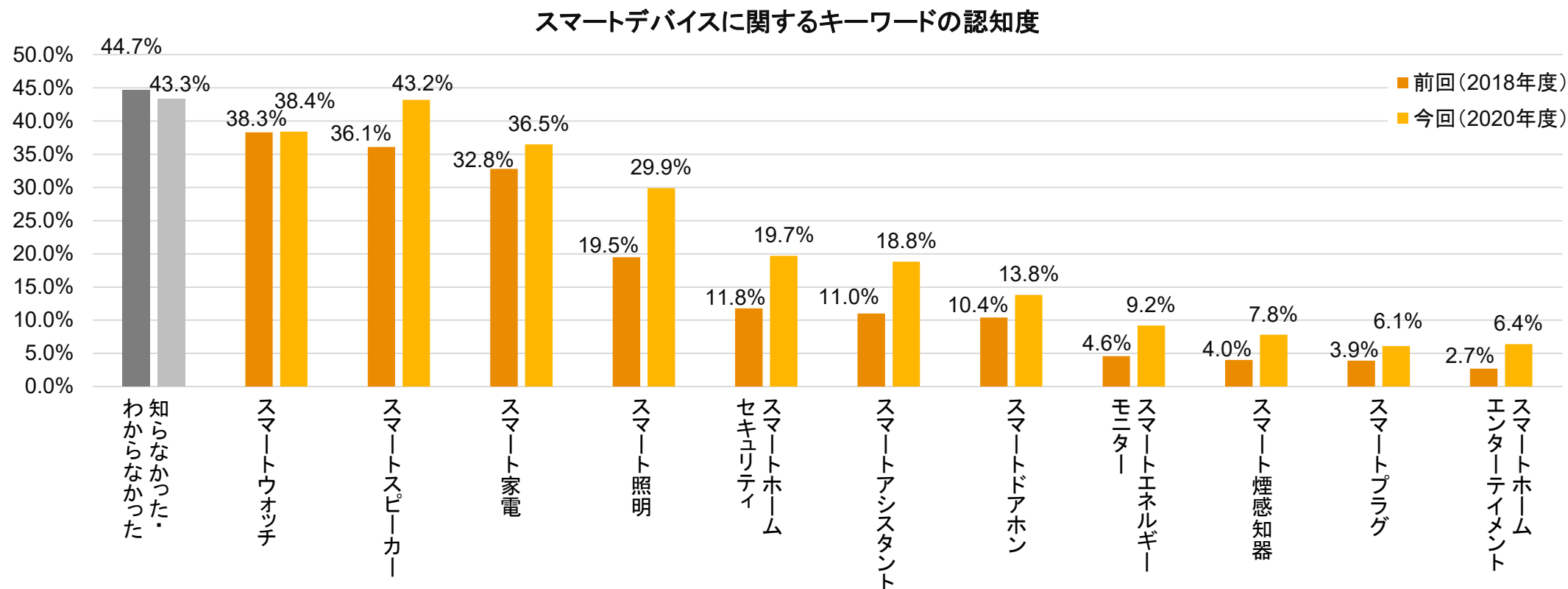
Q. あなたは以下のような「スマートデバイス」に関するキーワードについて知っていますか？（複数回答可）



# スマートデバイスの認知度

各デバイスの認知度は、全デバイスで前回調査と比較して増加している。

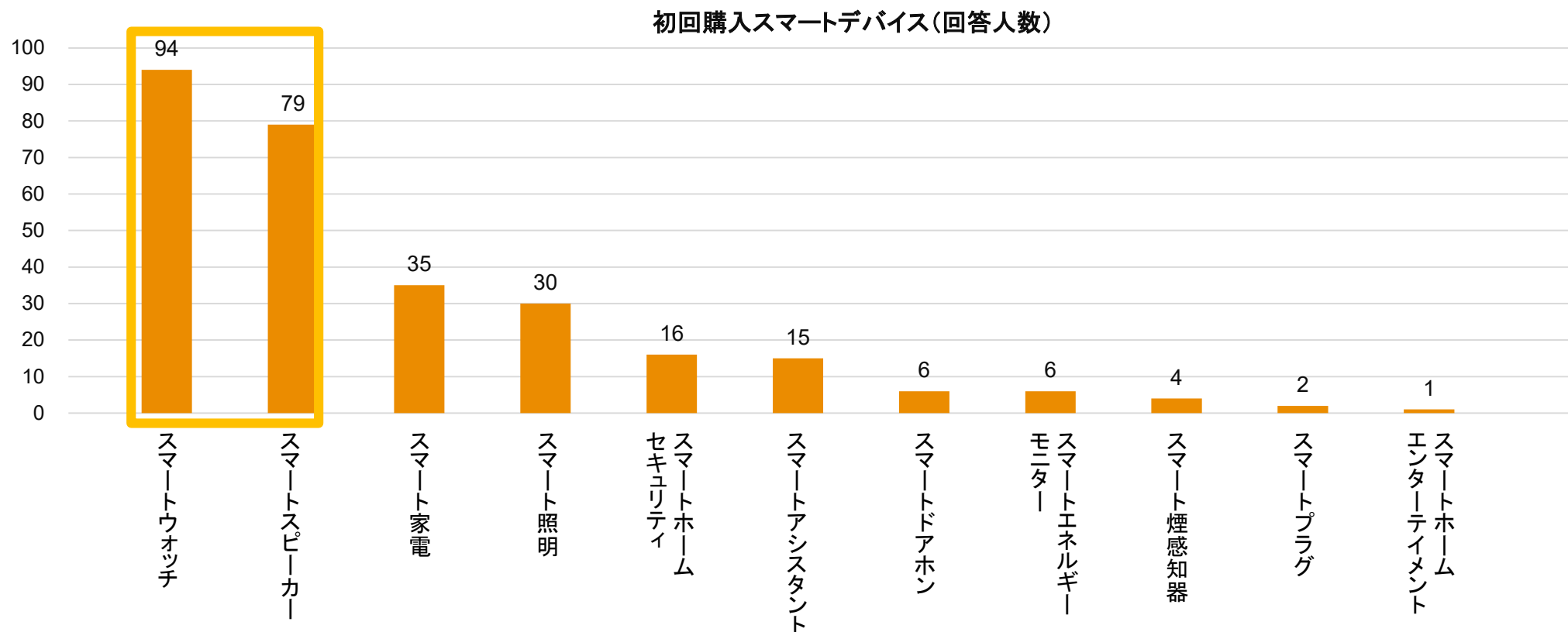
Q. あなたは以下のような「スマートデバイス」に関するキーワードについて知っていますか？（複数回答可）



# スマートデバイスの購入(初回)

初回に購入しているスマートデバイスとしてはスマートウォッチまたはスマートスピーカーが多い。

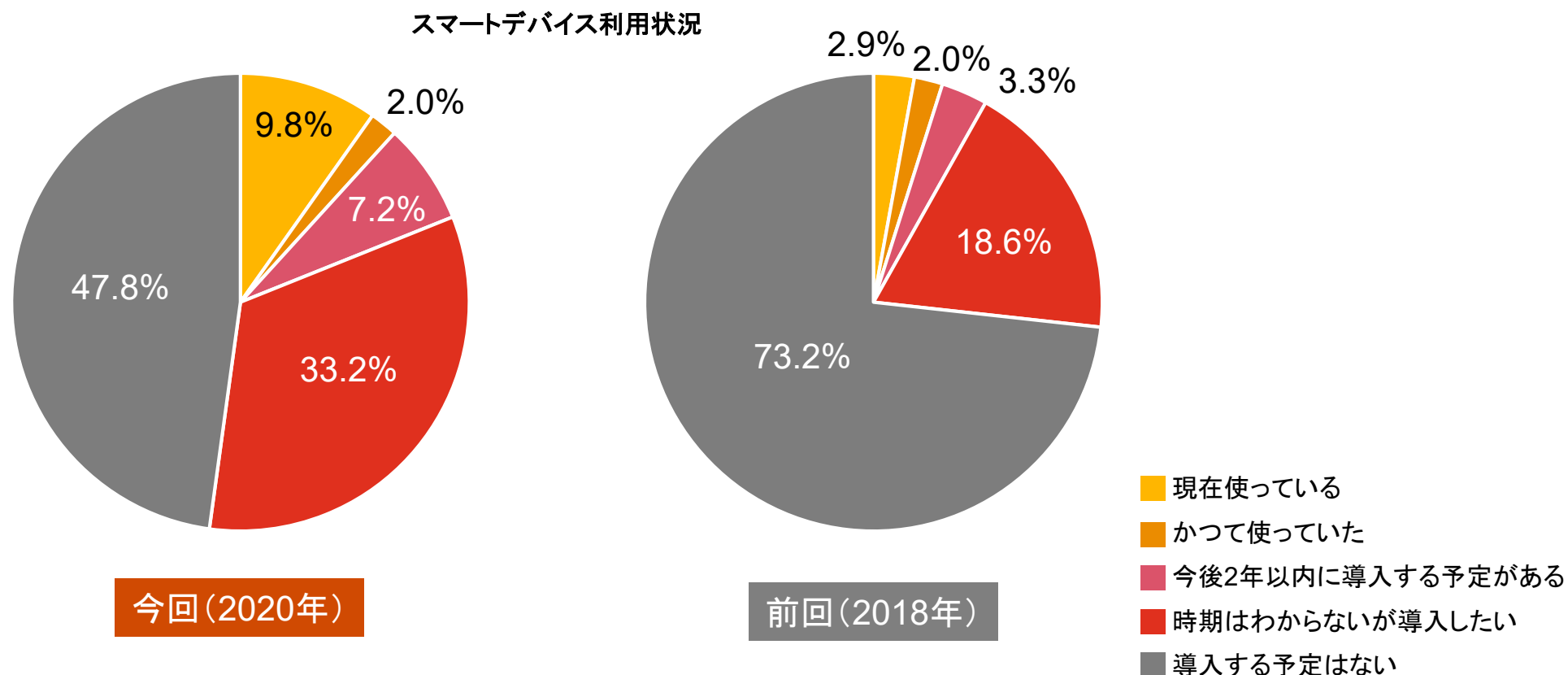
Q. あなたが最初に購入した「スマートデバイス」は何ですか。



# スマートデバイス利用状況(1/4)

スマートデバイスの普及率、および導入を検討中の層の割合が上昇傾向にあり、市場にポテンシャルがあると考えられる。

Q. あなたは、「スマートデバイス」を使用していますか。

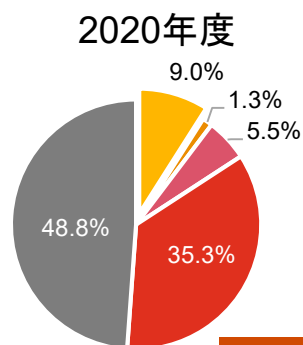


# スマートデバイスの利用状況(2/4)

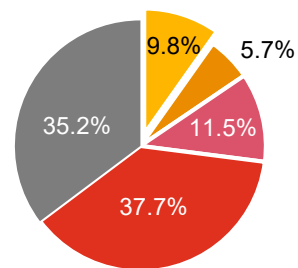
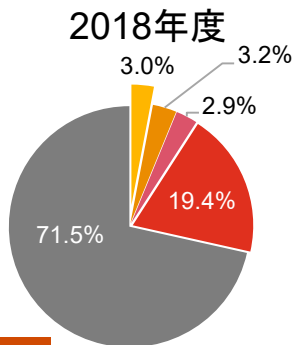
全デバイスにおいて、利用率および導入意欲は前回調査と比較して上昇している。一方、大半のデバイスにおける利用割合は依然として1割未満である。

Q. ご自身の「スマートデバイス」の利用状況について教えてください。

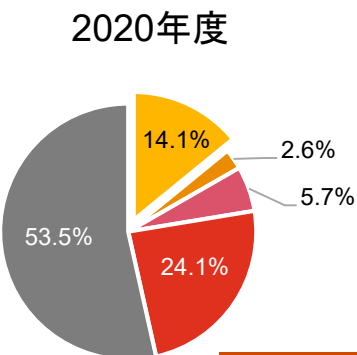
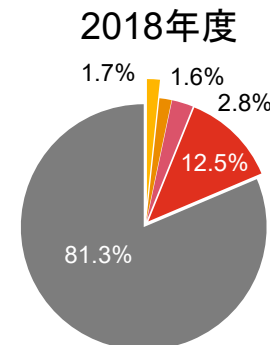
スマートデバイス利用状況



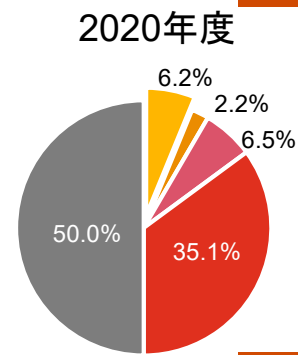
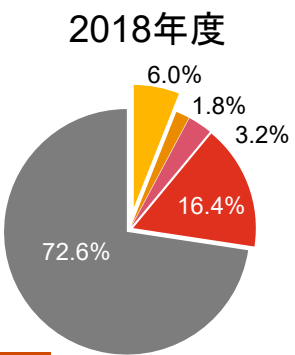
スマート照明



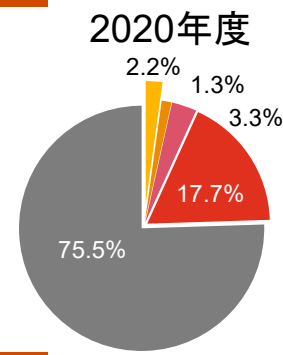
スマートプラグ



スマートウォッチ



スマートドアホン



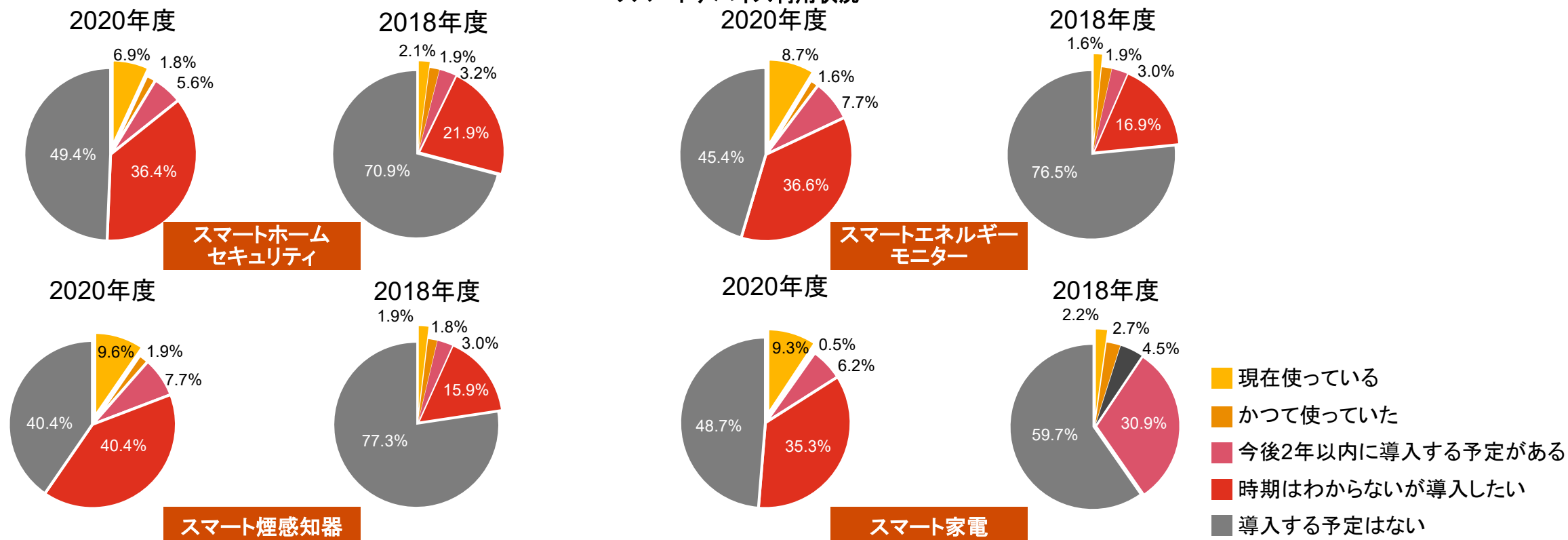
- 現在使っている
- かつて使っていた
- 今後2年以内に導入する予定がある
- 時期はわからないが導入したい
- 導入する予定はない

# スマートデバイスの利用状況(3/4)

全デバイスにおいて、利用率および導入意欲は前回調査と比較して上昇している。一方、大半のデバイスにおける利用割合は依然として1割未満である。

Q. ご自身の「スマートデバイス」の利用状況について教えてください。

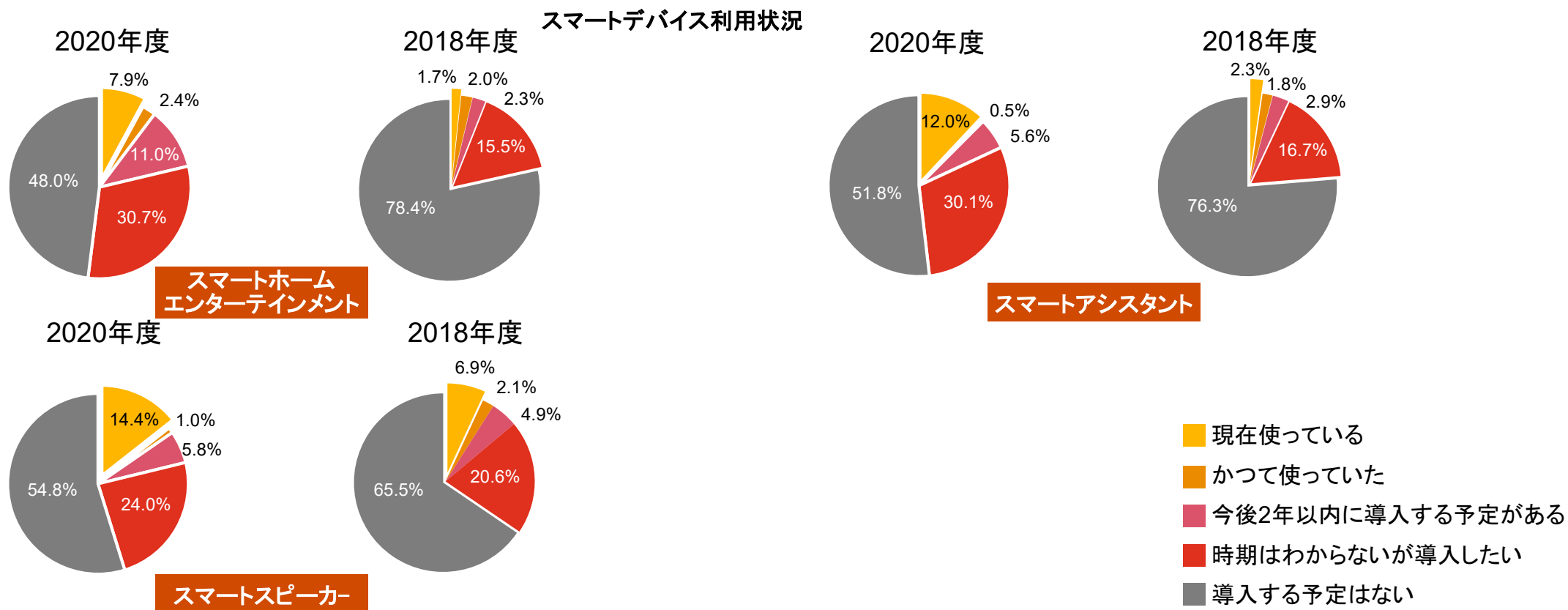
スマートデバイス利用状況



# スマートデバイスの利用状況(4/4)

全デバイスにおいて、利用率および導入意欲は前回調査と比較して上昇している。一方、大半のデバイスにおける利用割合は依然として1割未満である。

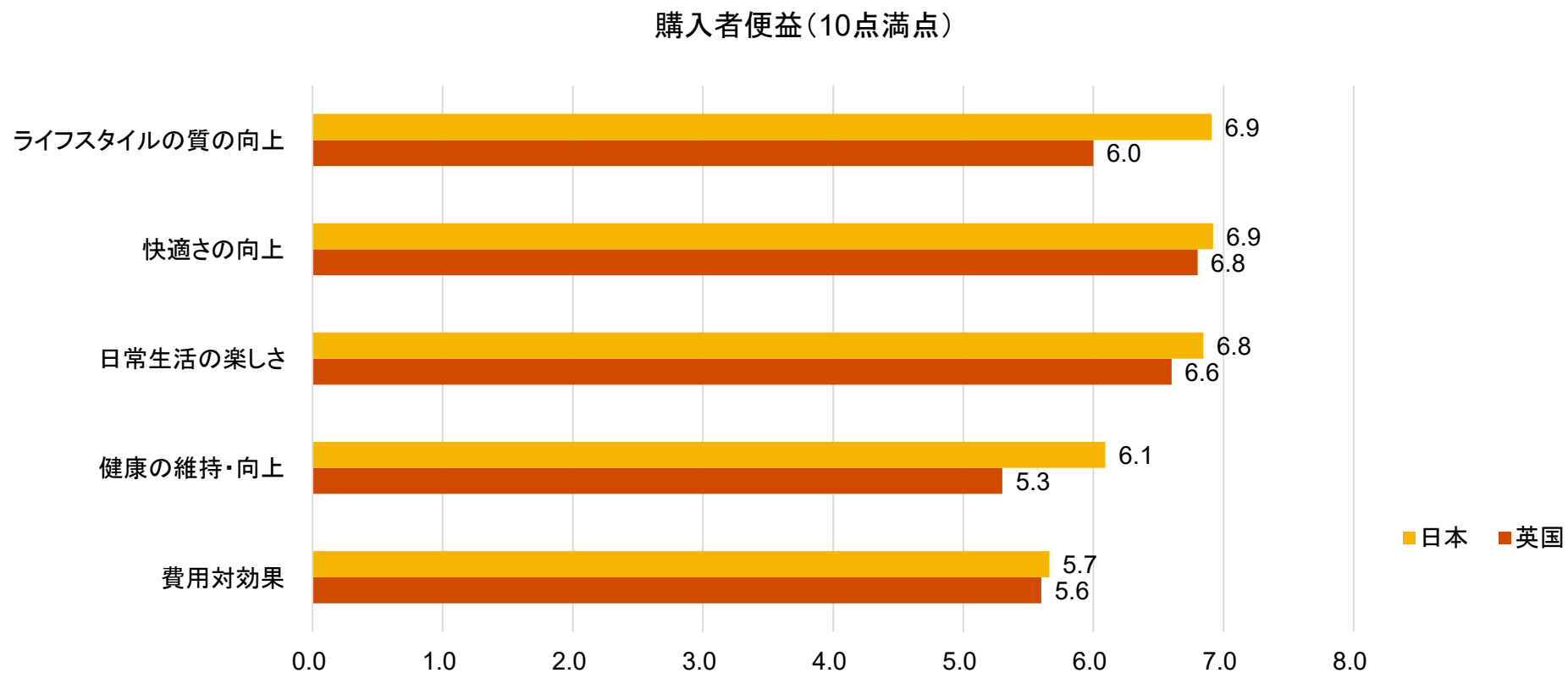
Q. ご自身の「スマートデバイス」の利用状況について教えてください。





# スマートデバイス利用者の印象・評価に関する日英比較

スマートデバイスを導入した日本の消費者は、スマートデバイスを導入した英国の消費者と比較してより便益を感じている。

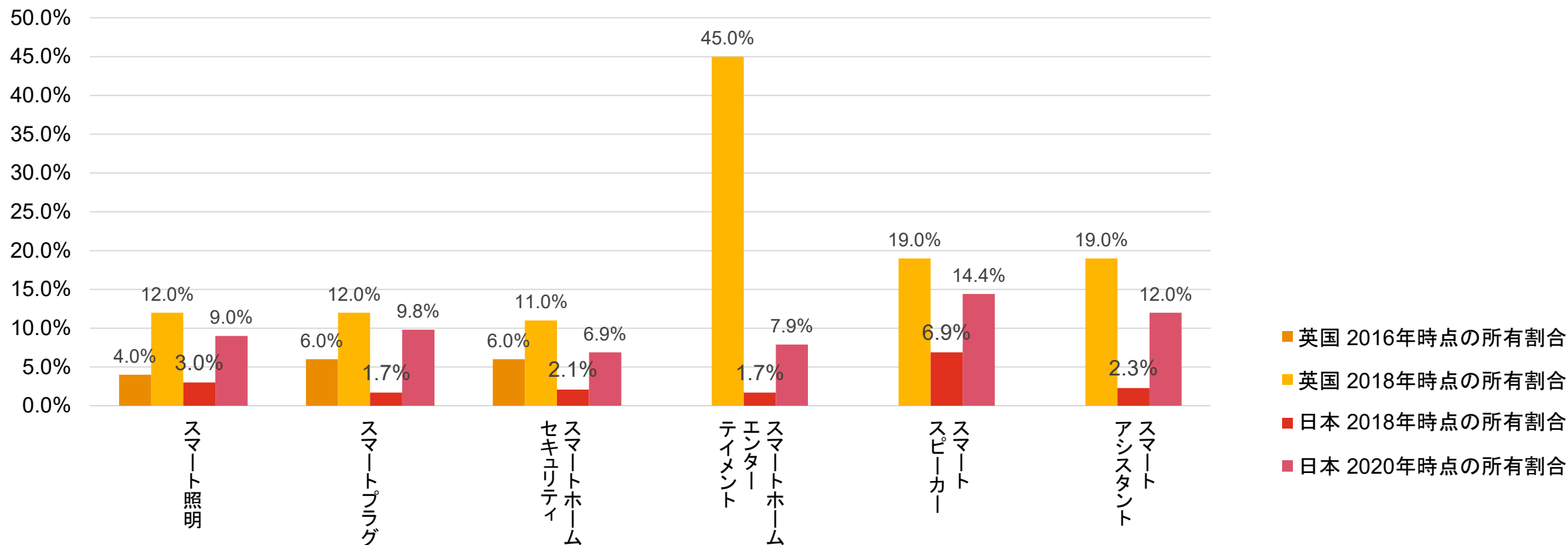


\*英国は2018年度の調査結果

# スマートデバイス所有割合に関する日英比較

日本におけるスマートデバイスの所有割合は各デバイスで高まっているが、英国と比較すると低い水準にある。

英国と日本におけるスマートデバイス所有割合



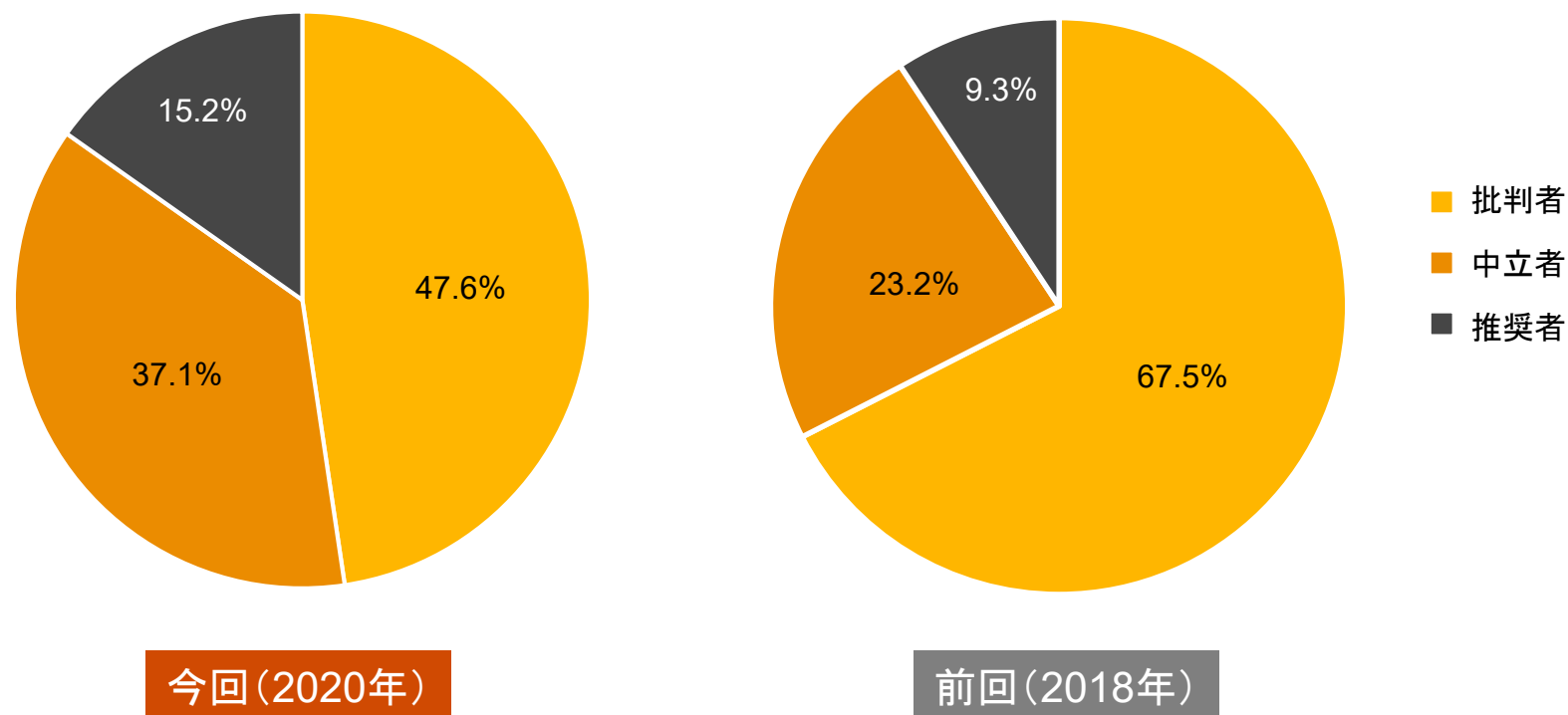
\*英国の2016年度ホームエンターテインメント、スマートスピーカー、スマートアシスタントについては当該情報なし

# スマートデバイスのロイヤルティ

スマートデバイスユーザーを知人に勧めたい層が5.9ポイント増加していることから、利用者によるスマートデバイスに対する満足度が2018年度に比べて向上している。

Q. あなたは、「スマートデバイス」を、知人等に勧めたいと考えますか？

スマートデバイスのユーザーロイヤルティ

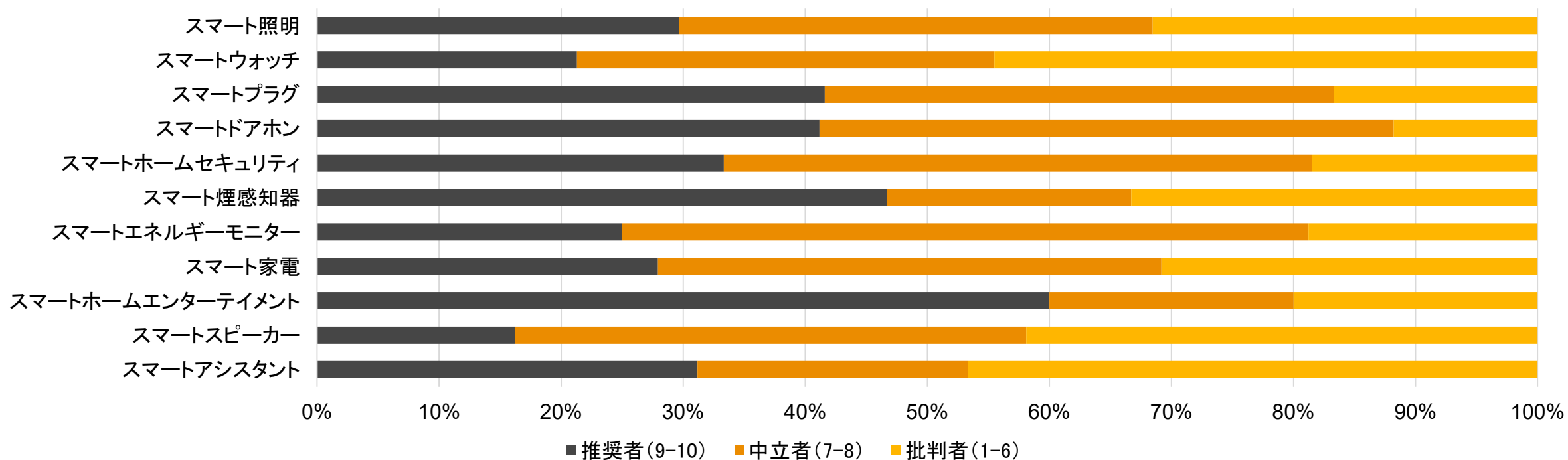


# スマートデバイスのロイヤルティ

各スマートデバイス利用者の内、スマートホームエンターテインメント利用者の満足度が比較的高い傾向にある。

Q. あなたは、「スマートデバイス」を、知人等に勧めたいと考えますか？

スマートデバイスのユーザーロイヤルティ(利用サービスの割合)

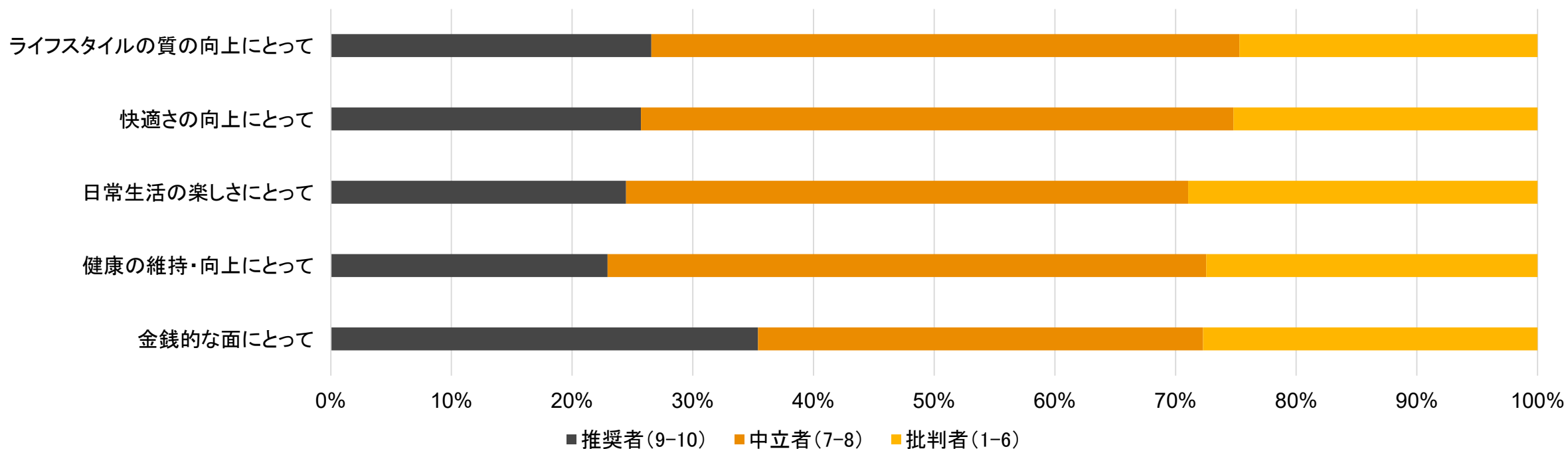


# スマートデバイスのロイヤルティ

各スマートデバイス利用者の内、金銭的な面で効果があった場合に満足度が向上する傾向にある。

Q. あなたは、「スマートデバイス」を、知人等に勧めたいと考えますか？

スマートデバイスのユーザーロイヤルティ(効果があると感じた割合)



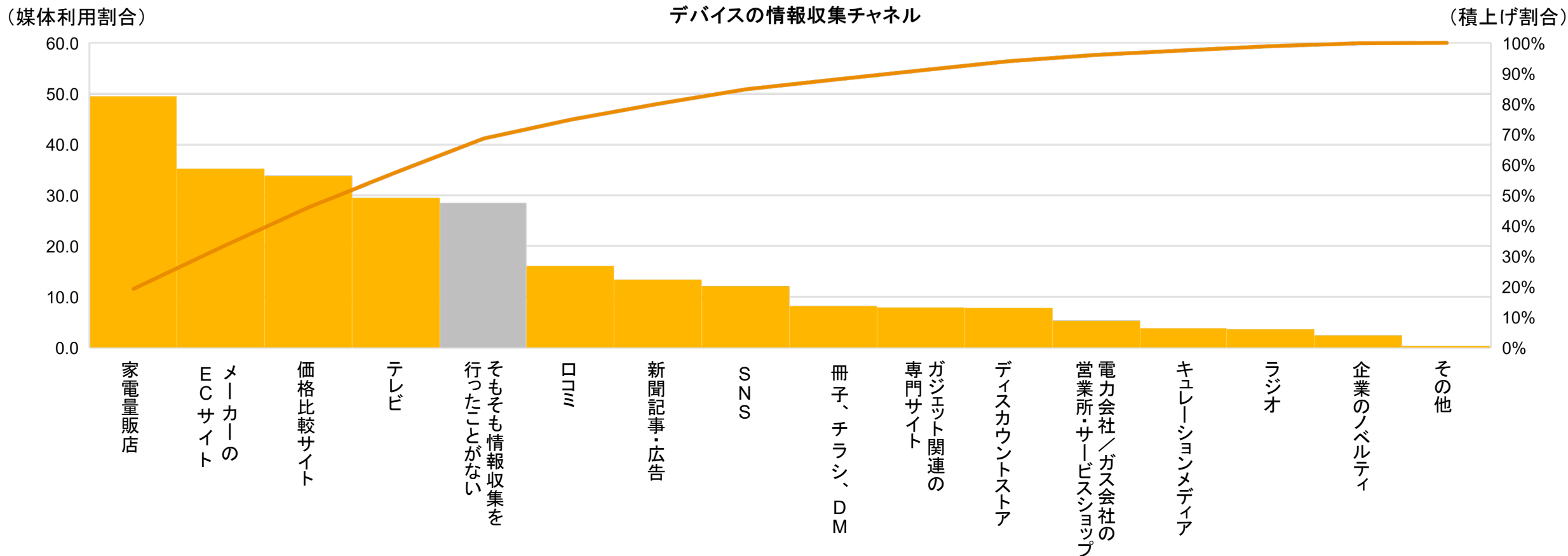
3

デジタル機器に関する  
購買意欲の調査

# デバイスの情報収集チャンネル

上位4チャンネルで約6割を占めており、オフライン(家電量販店など)とオンライン(メーカーのECサイト、価格比較サイトなど)の情報を掛け合わせて情報収集を実施していることが伺える。

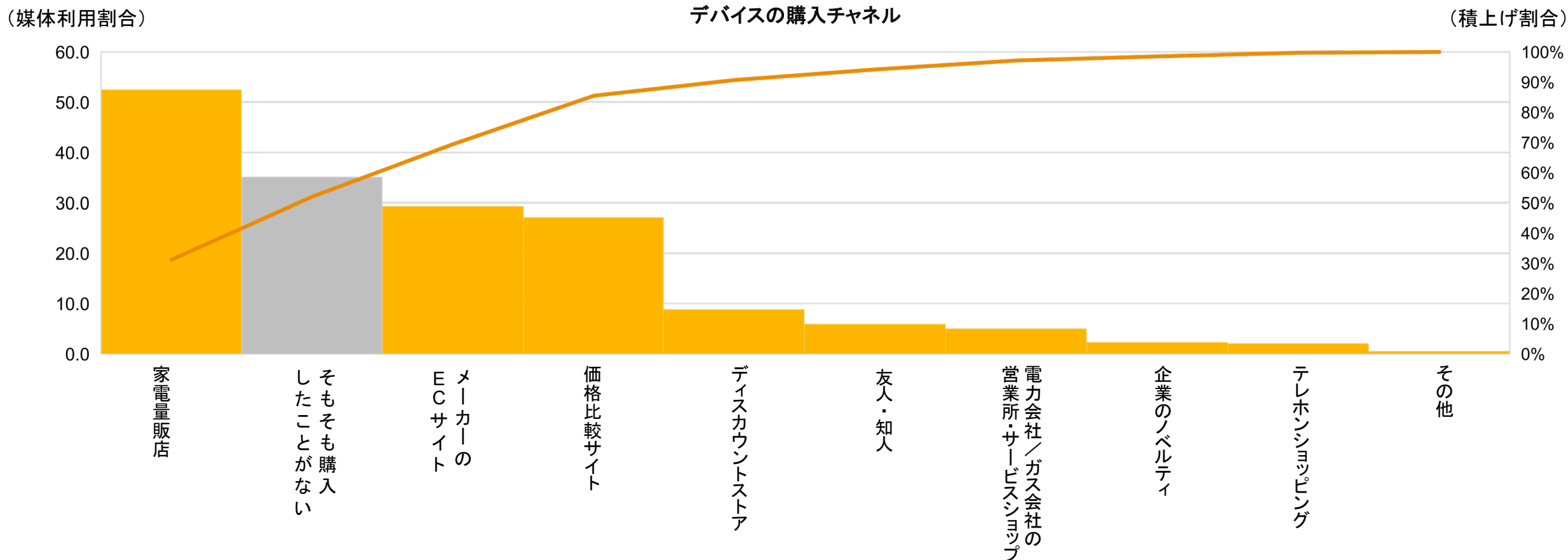
Q.「スマートデバイス」等デジタル機器に関する情報収集する際に利用する媒体を教えてください。



# デバイスの購買チャネル

購入先はオンライン(家電量販店など)とオフライン(メーカーのECサイト、価格比較サイトなど)との割合が同等であることから顧客ジャーニーが複数存在していることが考えられる。

Q.「スマートデバイス」等デジタル機器を実際に購入する際に利用する媒体を教えてください。

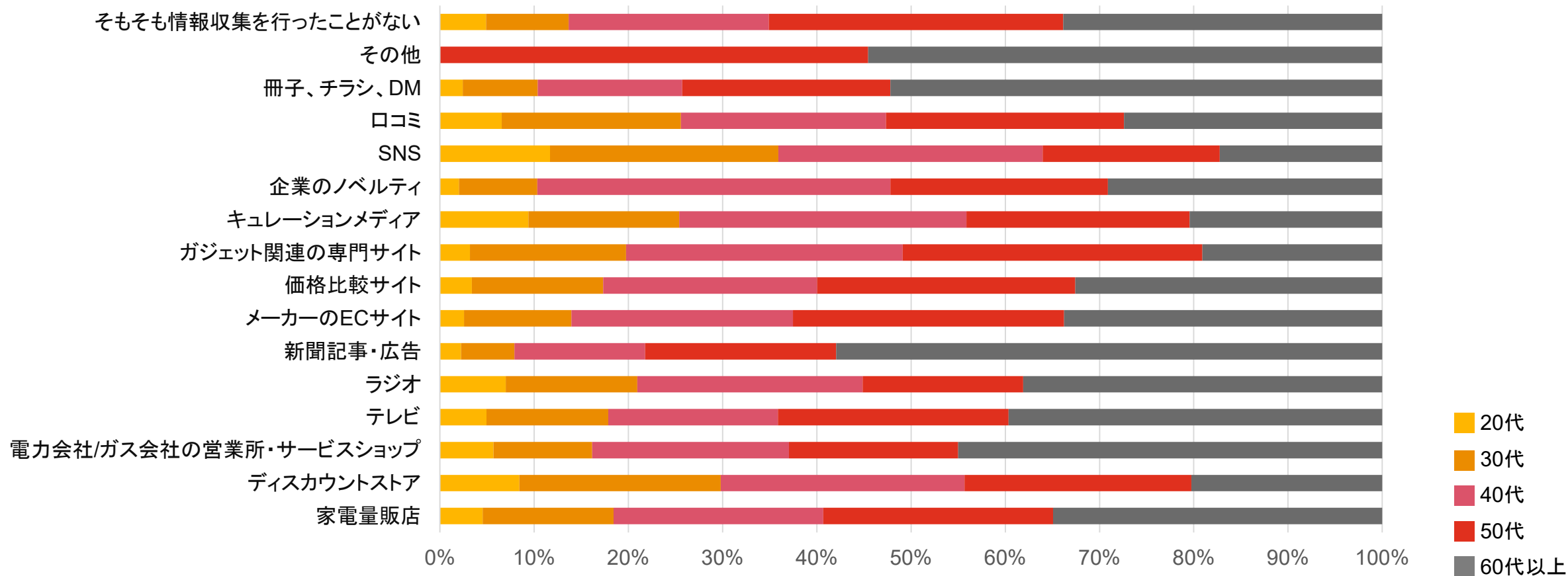




# 年齢 vs デバイスの情報収集チャンネル

20～30代は「SNS」からの情報収集が多い一方で40代以上は「新聞記事・広告」、「企業のノベルティ」、「雑誌、チラシ、DM」と多方面から情報収集する傾向にある。

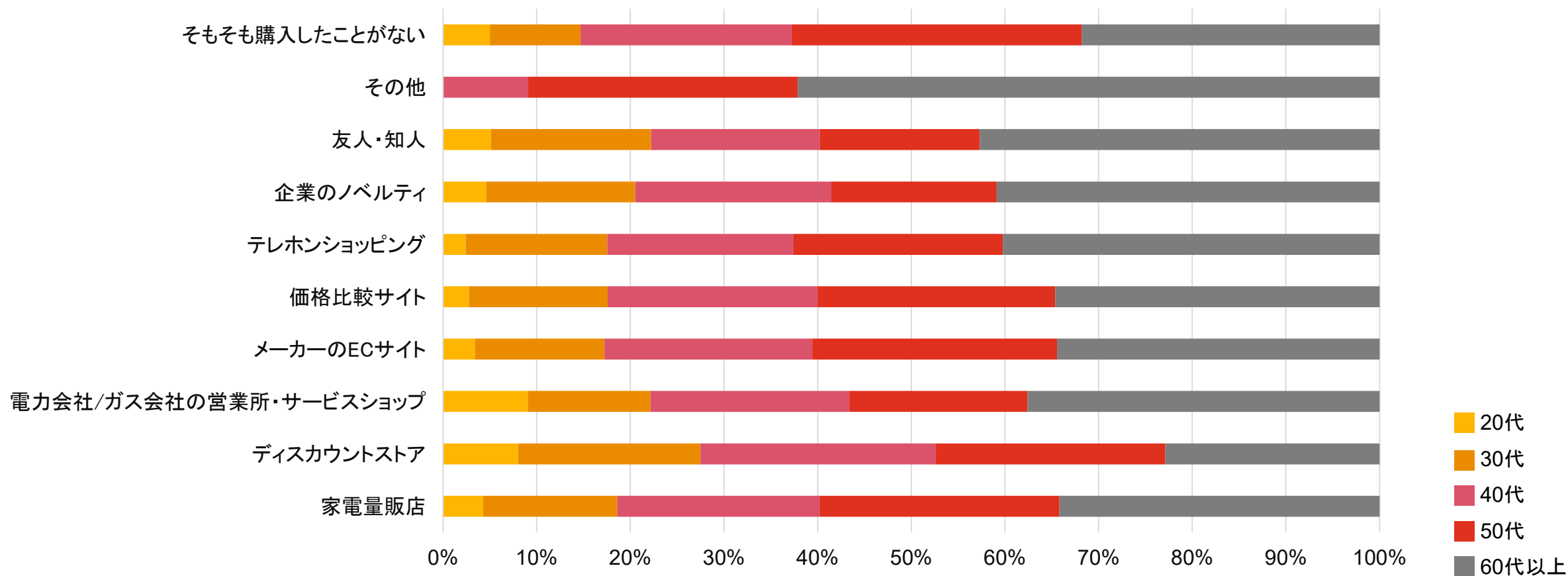
年齢 vs デバイスの情報収集チャンネル



# 年齢 vs デバイスの購買チャンネル

購買チャンネルとして最も利用率が高かった家電量販店では、40代以上が占める割合が比較的高いのに対し、20～30代はディスカウントストアにおいて占める割合が高い。

年齢 vs デバイスの購買チャンネル

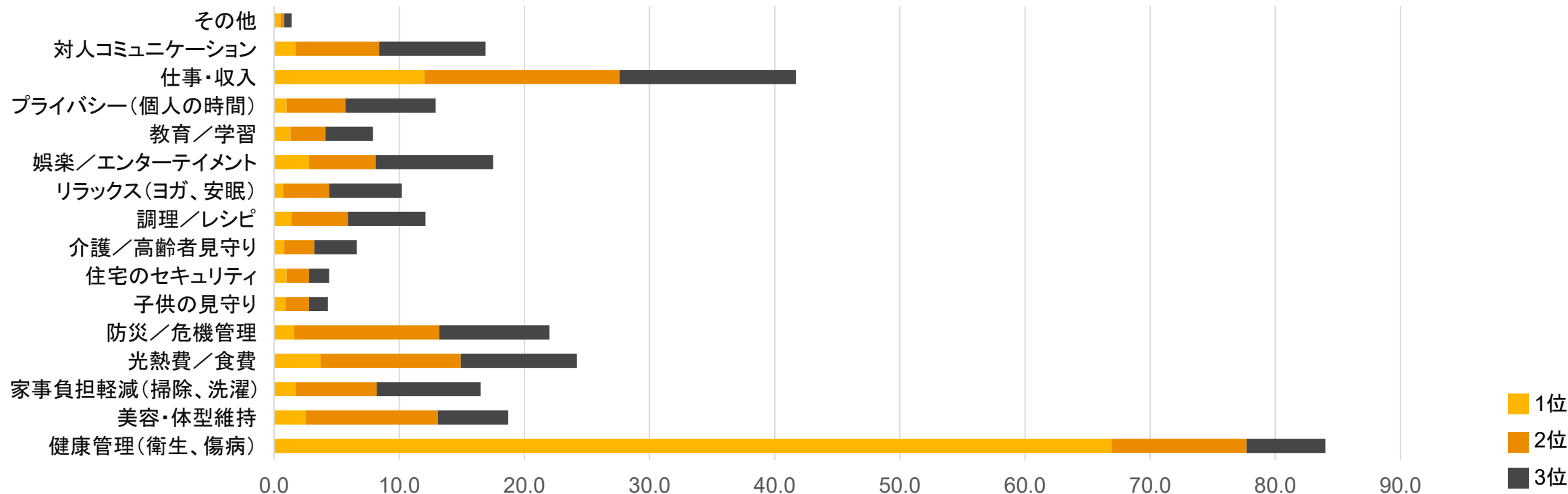


# コロナ禍での関心事項

コロナ禍により健康管理への意識が強まるとともに、経済的に影響を受けている仕事・収入面への関心が高くなる傾向にある。

Q.新型コロナウイルス感染症による影響を受け、関心度合が高まったものがありますか。優先度の高い順に教えてください。  
(優先度順上位3つ)

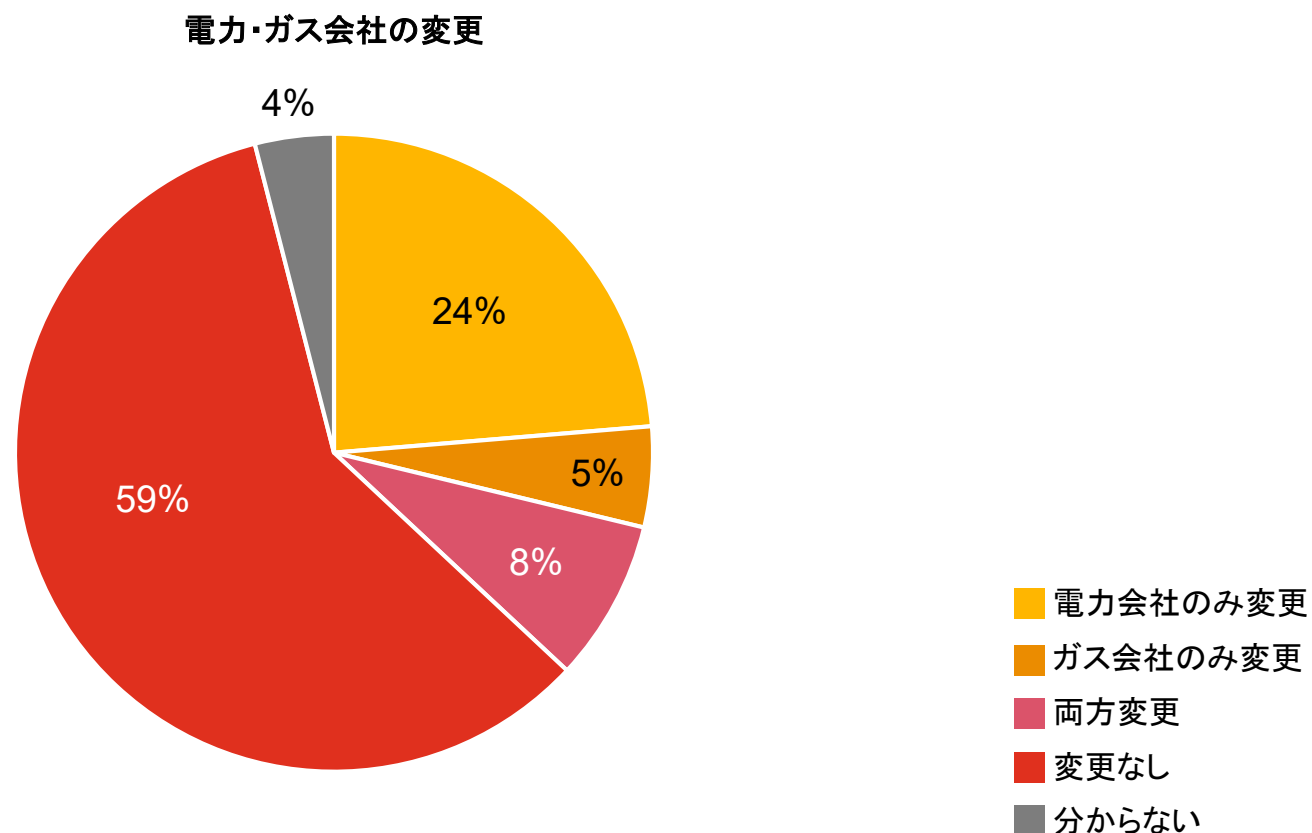
コロナ禍での関心事項



# 電力・ガス会社の変更

電力・ガス契約の変更を、いずれかまたは両方実施した割合は約4割程度に留まる。

Q. 2016年以降に電力会社、ガス会社の契約変更(スイッチング)を行いましたか。

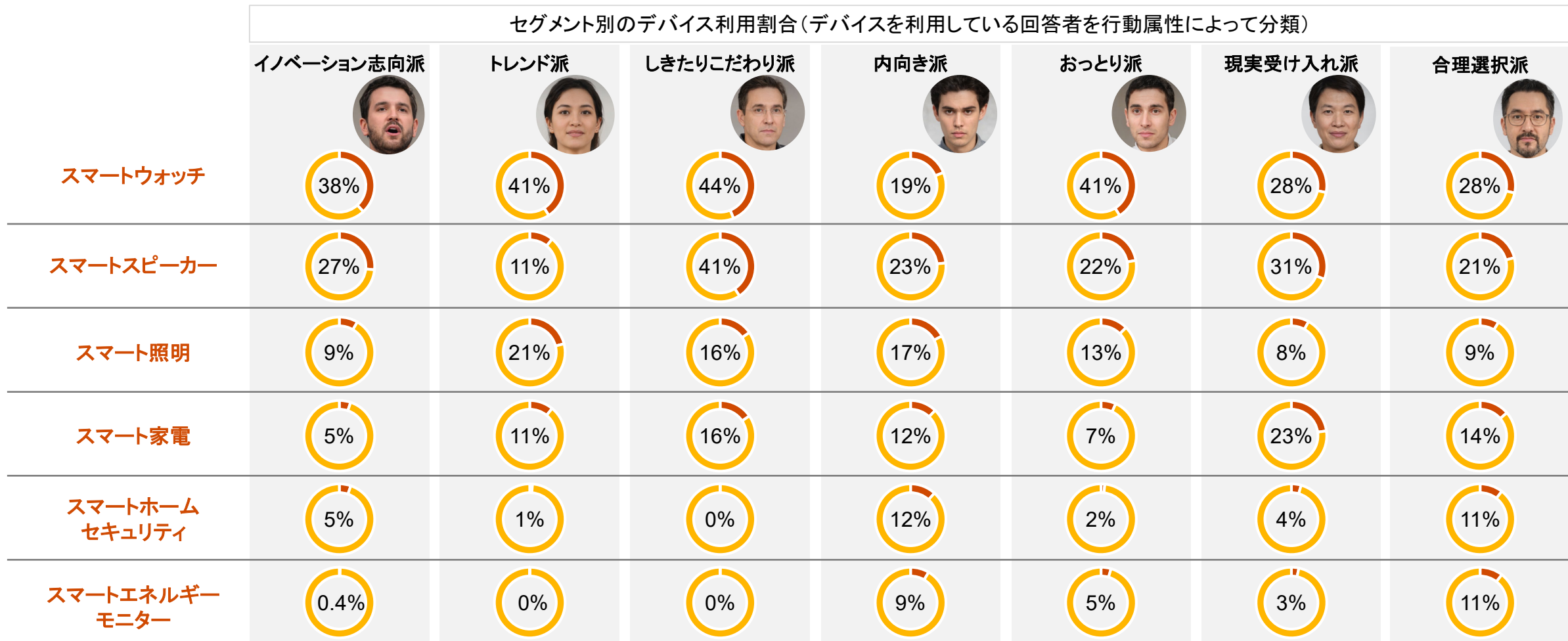


# 4

ライフスタイル別  
嗜好性分析

# ライフスタイル別利用頻度の高いデバイス

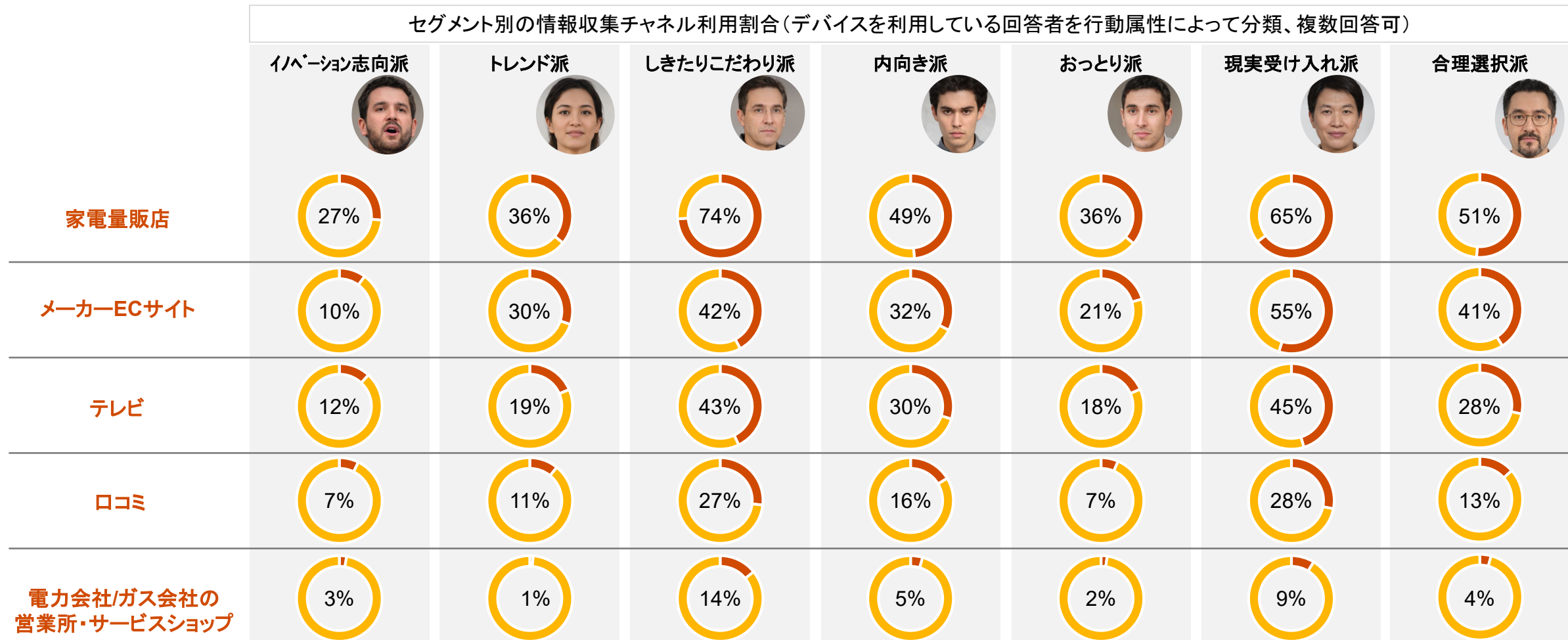
スマートウォッチ、スマートスピーカーは全体の利用頻度に比例してほとんどのセグメントで最上位。それ以外の利用率はセグメント別に差異あり。



# ライフスタイル別情報収集チャンネル

いずれのライフスタイルでも家電量販店と他チャンネルの間に大きく差があり、購入に至るプロセスにおいて実物を確認するステップが重点要素だと見受けられる。

セグメント別の情報収集チャンネル利用割合(デバイスを利用している回答者を行動属性によって分類、複数回答可)



# 本調査に関するお問い合わせ

**PwCコンサルティング合同会社**  
**電力・ガスシステム改革支援室**

**片山 紀生**  
電力・ガスシステム改革支援室 室長／パートナー  
Email: [norio.katayama@pwc.com](mailto:norio.katayama@pwc.com)

**佐野 慎太郎**  
ディレクター  
Email: [shintaro.sano@pwc.com](mailto:shintaro.sano@pwc.com)

**田沼 俊剛**  
マネージャー  
Email: [toshitake.tanuma@pwc.com](mailto:toshitake.tanuma@pwc.com)

電話: 03-6257-0700(代表)



# Thank you

[www.pwc.com/jp](http://www.pwc.com/jp)

© 2021 PwC Consulting LLC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure) for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.