



スマートホーム普及啓発統合レポート

スマートホーム普及の課題と、普及に向けた提言

2026年8月7日

JEITA

一般社団法人
電子情報技術産業協会



	スマートホーム部会	P.1
	調査概要（目的）	P.7
	調査手法	P.11
	一般ユーザー調査	P.14
	住宅供給者調査	P.44
	調査から見た、課題と提言	P.59

名称	一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA） Japan Electronics and Information Technology Industries Association	
所在地	東京都千代田区大手町1-1-3 大手センタービル	
会員	384/団体（2026年7月現在） [内訳] 正会員：348社/団体 賛助会員：36社/団体	
代表理事	会長	新野 隆 （日本電気株式会社 取締役 会長）
	筆頭副会長	吉田 憲一郎 （ソニーグループ株式会社 取締役 会長）
	専務理事	信谷 和重 （一般社団法人電子情報技術産業協会）
事業内容	・業種業界を超えた新たな市場の創出 ・業界全体の課題解決に向けた取り組み ・業界内の情報交換・ネットワーキングの場の提供 ・規制・制度改革等に関する政府や関係機関への提言・要望 ・業界統計の実施・公開	
対象分野	電子機器 / 電子部品 / 電子材料 / 電子デバイス / ITソリューションサービス	





- ◆ JEITAは国内外で約39兆円の規模を持つIT・エレクトロニクス産業を担う我が国最大級の業界団体
- ◆ 活動ミッション：「Society 5.0に向けた社会課題を解決するために、あらゆる産業を繋げ、IT/エレクトロニクス産業を中核にしたステークホルダーを結節するプラットフォームを実現する」
- ◆ IT・エレクトロニクス産業を中心に通商課題への対応や標準化活動、業界ガイドライン策定、市場動向調査、分野別統計、政策提言等によって、安心・安全な市場形成、産業競争力強化を目指して活動を推進しています。

事業内容

①政策提言



CPS/IoT技術の早期社会実装および持続的な産業競争力強化を可能とする研究開発のさらなる強化に向け、事業環境整備、規制・制度改革等について政府や国内外の関係機関等に提言・要望しています（税制改正/ 規制改革等）。

②調査統計事業



会員企業の協力を得て「業界統計」を実施し、ホームページ等で公開し、業界動向を知るための経済指標としても広く活用され、また「分野別市場動向調査」や「見通し調査」「データ集」などは、業界の動向把握や政策立案の基礎資料として役立てられています（世界生産見通し、ソリューションサービス市場規模調査等）。

③課題解決



Society 5.0の実現には事業環境の整備や共通課題の解決が求められています。会員・非会員企業の競争力強化と産業界の社会的な責務を果たすため、業界全体の課題（通商課題・標準化）などに対して、積極的な取り組みを続けています。

④市場創出事業



IT・エレクトロニクス業界と「異業種」「海外」「ベンチャー」との共創を生み出すことで、新たな市場の創出を目指しています。

- ・ 有望成長分野における新規市場創出

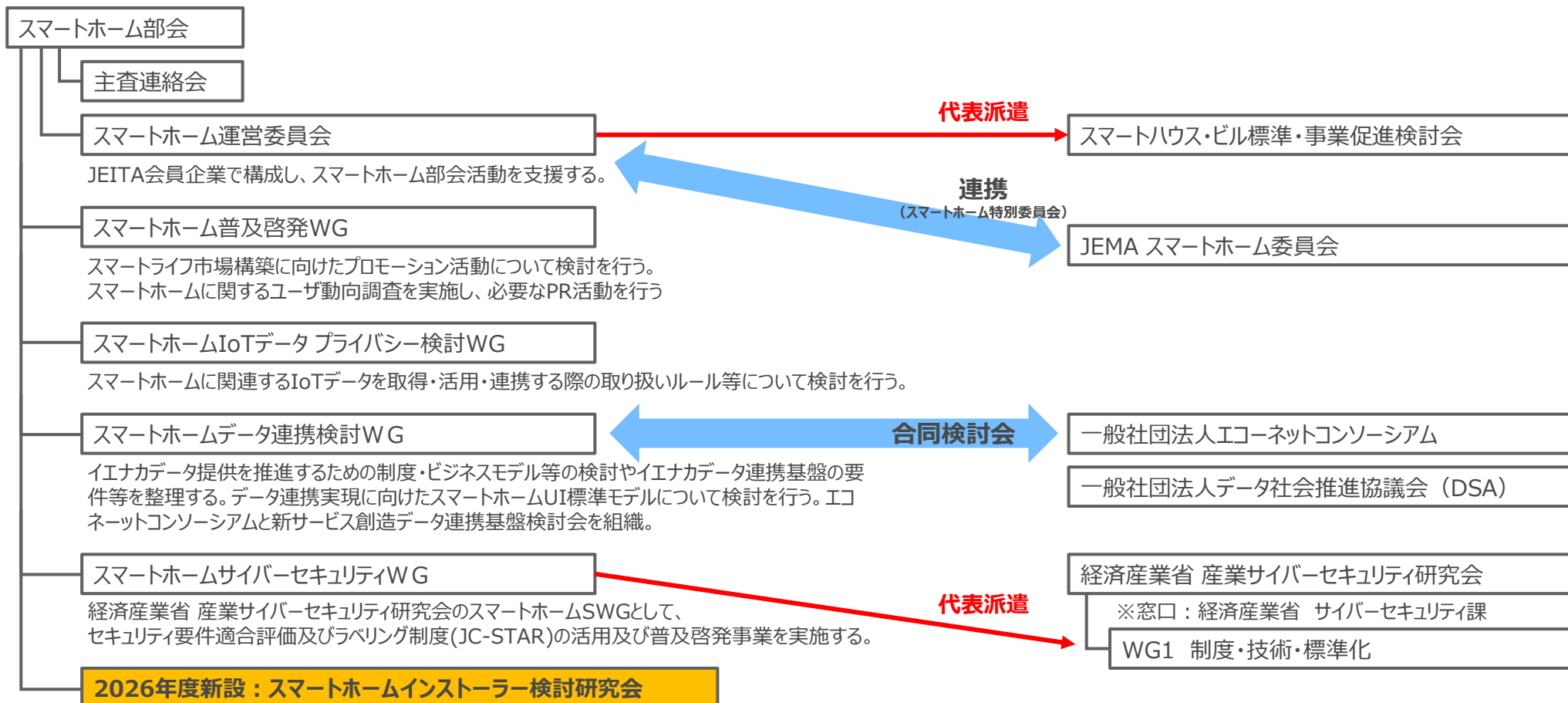
スマートホーム／次世代通信／医療ヘルスケア／先端交通／カーボンニュートラル等

- ・ 優れたテクノロジーやサービス、製品が集うCEATEC、Inter BEEなどの国際展示会や表彰の実施



スマートホーム市場の構築に向けた取り組み

安心・安全、健康、快適、便利な新たなサービスを生活者に提供するスマートライフ市場の実現に欠かせない、住宅・住宅設備機器・家電・IT通信機器・サービス等の住まいに関わるあらゆるモノを連携(Connected化)したスマートホーム。そのスマートホームの普及・啓発・市場拡大に向けた諸課題解決を図るために、業界・業種の枠を超えた「**スマートホーム部会**」を2017年秋に設置。各組織にてスマートホーム普及に向けた活動を推進。





日本および地球全体の急速な環境の変化や高齢化等による社会課題が顕在化する中で、人々が「安心・安全・快適」に暮らせる状態を整え続けるために、「革新的なサービスの創出」や「社会システムの変革」が求められています。

わたしたちは「家」を起点にして種々の検討を進めてきました。

「家」は人々の生活の基盤であり、さまざまな社会システムサービス（社会インフラ・サービス）との接点であることから「家の変革」を図ることで住んでいる人に幸せをもたらすと同時に、コミュニティや街、社会をより良い方向に進化させることができる…と考えているからです。

IoTやAIといった最新技術を活用した多様なサービスに支えられる
「スマートホーム」の将来ビジョンを示し、あらゆるステークホルダーが連携して社会課題解決に取り組む機運醸成が求められます。



「スマートホーム」の将来ビジョンは、 「家」そのものを変えることなく「社会全体の変革」に向けた挑戦。

人々の暮らしを軸として…

あらゆる産業や行政がフォーメーションを組み、

最先端の技術やサービスを安心して選択してもらえるための
「環境整備」と「消費者に対する普及啓発」が重要かつ急務で
あると考えます。

また同時に、社会全体の最適化を図るため 人々の生活データを
安全に利活用する仕組みづくり（IoTセキュリティ、標準化）
も重要なファクターと捉え、活動に取り組んでいます。



	スマートホーム部会	P.1
	調査概要（目的）	P.7
	調査手法	P.11
	一般ユーザー調査	P.14
	住宅供給者調査	P.44
	調査から見た、課題と提言	P.59



＜2020年代初頭の市場環境＞

- ・スマートホーム（IoT 機器）は普及期初期であり、イノベーター/アーリーアダプター層の利用に留まる。
- ・利用者獲得には、利用者の生活スタイル、嗜好、志向を調査し、アプローチ・ターゲットの選定が必要。
- ・消費者起点の現状課題、消費者意識に関するデータが不足（現状把握が必要）。
- ・言葉だけが先行した認知。自分事としての興味・意識は、まだまだ希薄。

＜ 近年の傾向、環境変化 ＞

- ・スマートホーム対応機器のボリューム拡大。（高付加価値モデルへの機能搭載が進む）
- ・スマートホームの話題性は 一時ほどではない。（普及に伴いメディア露出は減少傾向）
- ・スマートホームのワード認知は進んだ反面、利用者（普及率）は伸び悩み。
- ・コロナ禍を契機とした生活環境、ユーザーの価値観変容。（ブロードバンド環境が生活の一部に）
- ・ユーザーはスマートホームを「家」ではなく「モデル性能」視点で認識か？（特に宅外連携機器として）



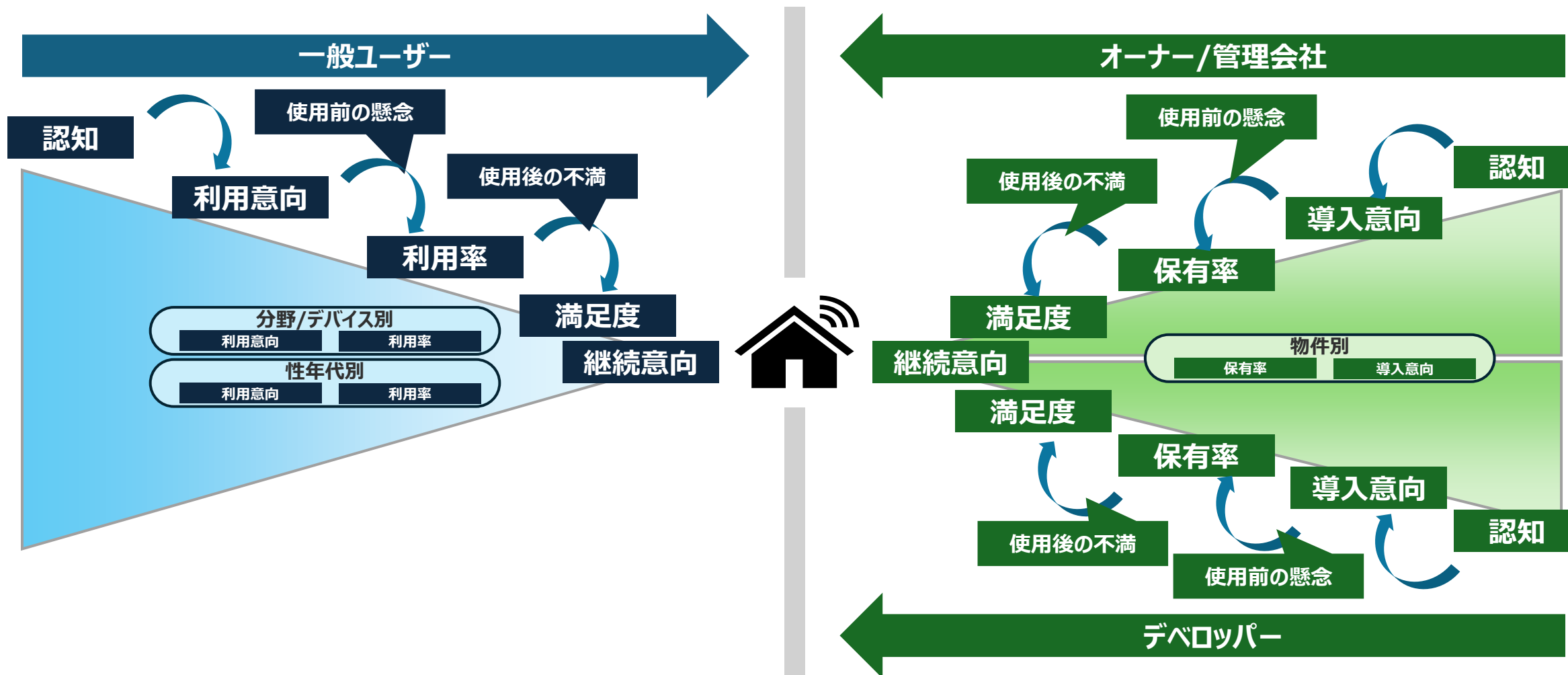
当WGでは、スマートホーム市場に対するユーザー意識の調査をCHAと共同で過去3回にわたり実施した。

		報告書 発行日	調 査 対 象
第1回	定量調査	2022年3月25日	スマートホーム関連機器・サービス利用者
	定性調査	2022年3月25日 3名×2グループ	<u>ヘビーユーザー（スマートホーム機器を自宅に4個以上導入している方）</u> ・スマートホーム機器の購入に関与している方 ・いずれの機器についてもご自身で利用していない方は除外 ・現状の機器に対して不満を持っている方を優先して募集
第2回	定量調査	2023年2月1日	スマートホーム関連機器・サービス利用者（継続：時系列調査）
	定性調査	2023年6月29日 4名 (①2名、②2名)	<u>スマートホーム家電のライトユーザー（※ライトユーザー定義：1～3サービス程度の導入者）</u> ・今後のスマートホーム化に前向きなユーザー／ 直近のスマート機器を1年以内に購入 ＋ <u>①子ども見守りサービスターゲット</u> ・有職女性 ・10歳前後の子ども（長男・長女）と同居/乳児なし ・子供が1人で留守番をする機会が多い ・子供の留守番に不安を感じる <u>②高齢者見守りサービスターゲット</u> ・女性 ・子供（学生）の同居者なし ・自身・パートナー共に仕事で家を空ける ・自分の親は1人で家に居ることが多い ・自分の親の体調に不安を感じる
	CHA独自レポート公開	2024年7月	2023年度にCHA会員企業向けに公開し、2024年7月に特別編集版を一般公開 https://www.connected-home.jp/pdf/smart_home2024.pdf
第3回	定量調査	2025年6月12日	不動産業界（オーナー、デベロッパー）に対する意識調査

※本調査は、コネクティッドホーム アライアンス（略：CHA）と共同で調査を行っております。



一般ユーザーと不動産供給者(オーナー/管理会社/デベロッパー)のそれぞれのスマートホームに対する意識を各ファネルごとに可視化することで、スマートホーム普及の課題と、普及に向けた提言を導き出すことを目指した。





	スマートホーム部会	P.1
	調査概要（目的）	P.7
	調査手法	P.11
	一般ユーザー調査	P.14
	住宅供給者調査	P.44
	調査から見た、課題と提言	P.59



■ 調査背景

近年、スマートホーム技術は急速に進化し、住宅における利便性・安全性・快適性の向上が期待されています。特にIoT機器の普及やエネルギー管理、セキュリティ強化など、生活の質を高める要素として注目を集めている。

一方で、一般消費者の間ではスマートホームに対する認知や理解が十分とは言えず、導入率も限定的です。また、賃貸住宅市場においては、供給側（デベロッパー、オーナー、管理会社など）の導入意向や実態が不透明であり、普及の障壁となっている。

こうした背景を踏まえ、スマートホームの市場拡大に向けて、利用者と供給関与者それぞれの意識や課題を明らかにすることが求められている。

■ 調査目的

本調査は、スマートホーム関連機器・サービスの利用実態と意識を把握し、以下の目的を達成することを目指す。

- 利用者の認知・利用状況・満足度・意向などを定量・定性の両面から明らかにする。
- 供給関与者の導入状況・意識・課題を把握し、賃貸市場における普及可能性を検討する。
- 利用者と供給関与者の間に存在する意識ギャップを抽出し、スマートホーム市場拡大に向けた提言と施策を導出する。



調査名称	スマートホーム市場動向調査（第1回～第3回）
調査目的	スマートホーム関連機器・サービスの利用実態と意識を把握し、市場拡大に向けた課題・提言・施策を導出する
調査対象者	第1回・第2回：スマートホーム関連機器・サービスの利用者 第3回：賃貸物件の供給関与者（デベロッパー、オーナー、管理会社 等）
調査方法	定量調査：インターネットアンケート 定性調査：インタビュー（グループ・個別）
調査時期	第1回：SCR 2021年11月29日～12月6日 本調査12月3日～12月6日 第2回：SCR 2022年10月26日～10月28日 本調査10月28日～11月2日 第3回：SCR・本調査2月21日～2月26日
調査地域	全国（都市部・地方含む）
主な調査項目	- スマートホームの認知率 - 利用率・利用意向 - 利用カテゴリ別分析 - 利用満足度 - 定性意見（導入理由・不安・期待など） - 賃貸物件への導入状況と意識 - 意識ギャップ（利用者と供給者間）
調査対象人数	第1回：SCR 60,000サンプル 本調査1,253サンプル 第2回：SCR 60,000サンプル 本調査1,258サンプル 第3回：SCR 10,000サンプル 本調査928サンプル（供給関与者）
調査実施機関	株式会社マクロミル
活用目的	- スマートホーム市場の課題抽出 - 普及促進に向けた戦略立案 - 関係者への提言資料としての活用
「スマートホーム」の定義	「スマートホーム」とは、IoTやAIなどの技術を用いて、家庭内の電化製品や住宅設備をインターネットなどのネットワーク環境に繋ぐことで、住居内の利便性の向上や、さまざまなサービスとの連携により、快適・安心な暮らしを実現する「住まい（住宅、住環境）」です。インターネットにつながるIoT機器（家電や住宅設備など）を生活に取り入れることにより、利用者のニーズに合わせた様々な有料/無料サービスが利用可能になります。

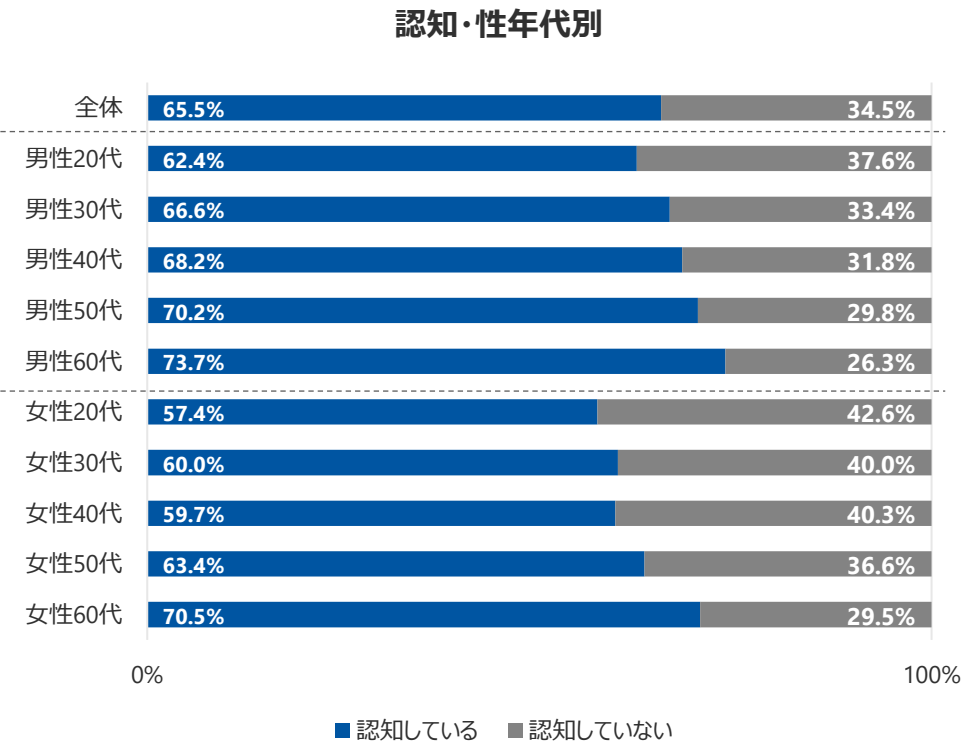
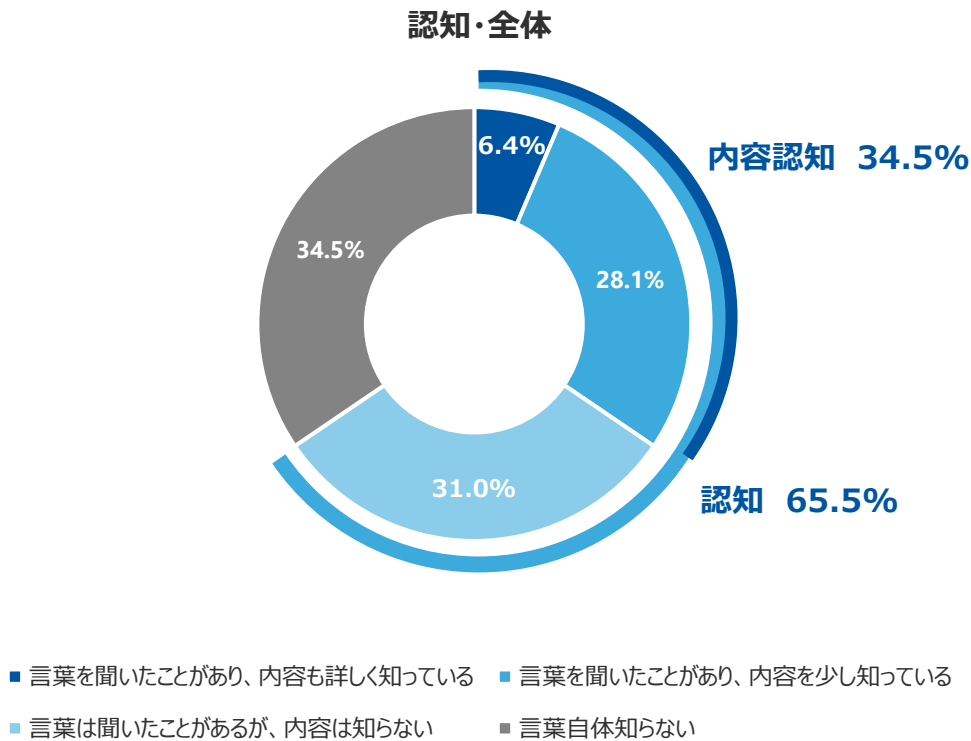


	スマートホーム部会	P.1
	調査概要（目的）	P.7
	調査手法	P.11
	一般ユーザー調査	P.14
	住宅供給者調査	P.44
	調査から見た、課題と提言	P.59



スマートホーム認知度は、65.5%(内容認知は34.5%) 認知度は男性および50～60代で高い傾向が見られる一方、デジタルネイティブ世代である20代の認知度が低い点は課題である。

SQ1 「スマートホーム」認知状況 n=20,000(全員)
あなたは、「スマートホーム」について、どの程度ご存じですか。

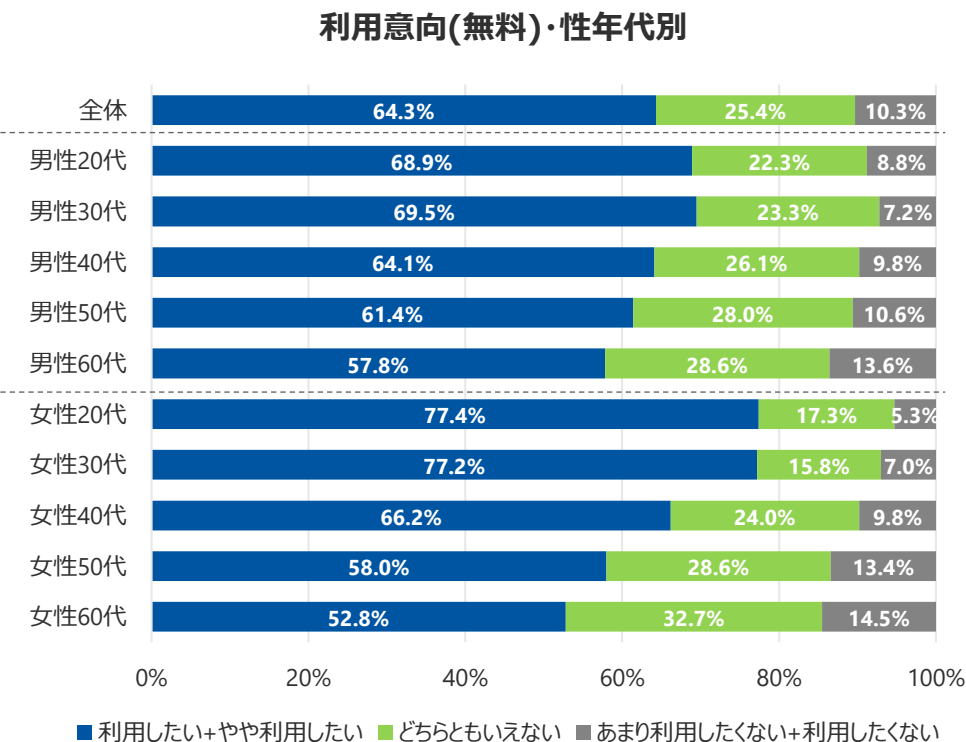
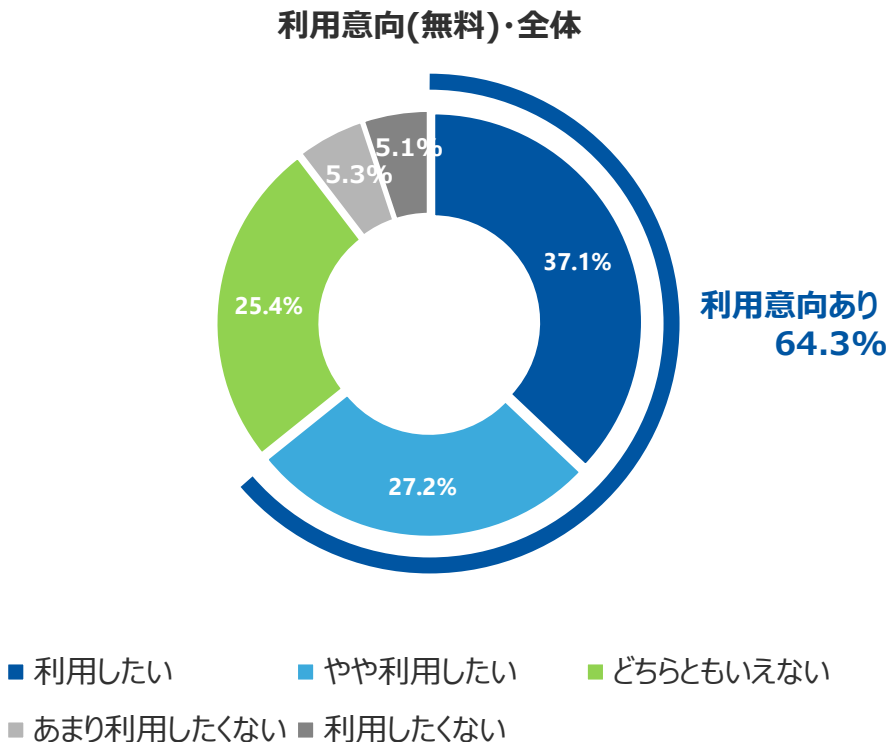




利用意向（無料サービス）

スマートホーム認知者のうち、無料サービスの利用意向は64.3%と高い。特に20～30代女性では利用意向が7割を超え、他年代・他属性と比較して高い傾向が見られる。一方、年代が上がるにつれて利用意向は低下傾向にある。

SQ7S1 無料サービス利用意向 n=13,099(スマートホーム認知者ベース) ※カテゴリ別は、利用者ベース
あなたは「スマートホーム」に関連した機器・サービスを今後（も）利用したいと思いますか。（サービスの利用が無料の場合）





利用意向（有料サービス）

JEITA

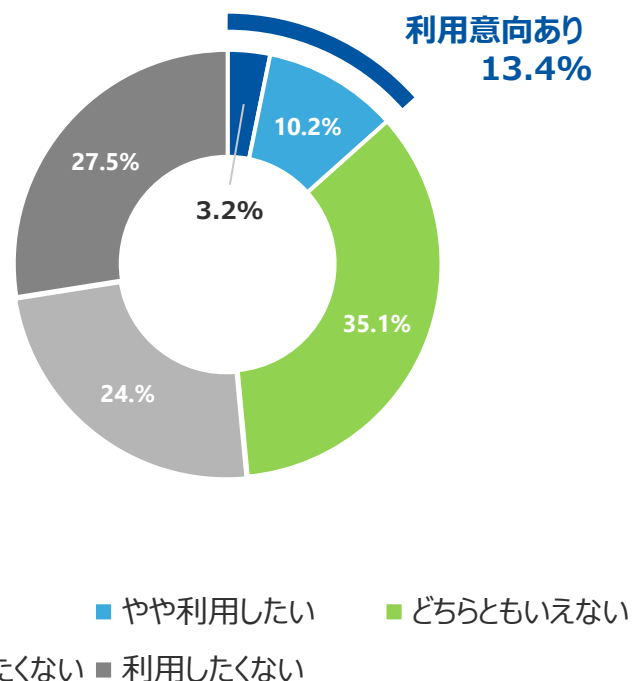
 一般社団法人
電子情報技術産業協会

有料サービスの利用意向は13.4%と低水準だが、20～30代は相対的に高い。年代が上がるにつれて利用意向は大きく低下し、60代は10%に満たない。無料サービスと異なり、全世代で男性の利用意向が高い。

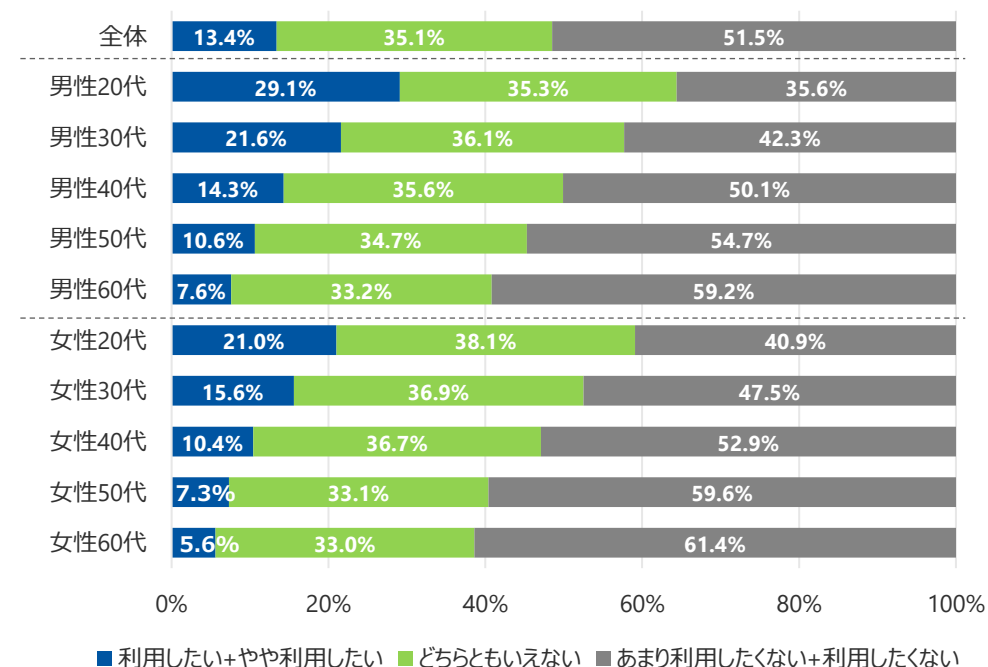
SQ7S2 有料サービス利用意向 n=13,099(スマートホーム認知者ベース)

あなたは「スマートホーム」に関連した機器・サービスを今後（も）利用したいと思いますか。（サービスの利用が有料の場合）

利用意向(有料)・全体



利用意向(有料)・性年代別

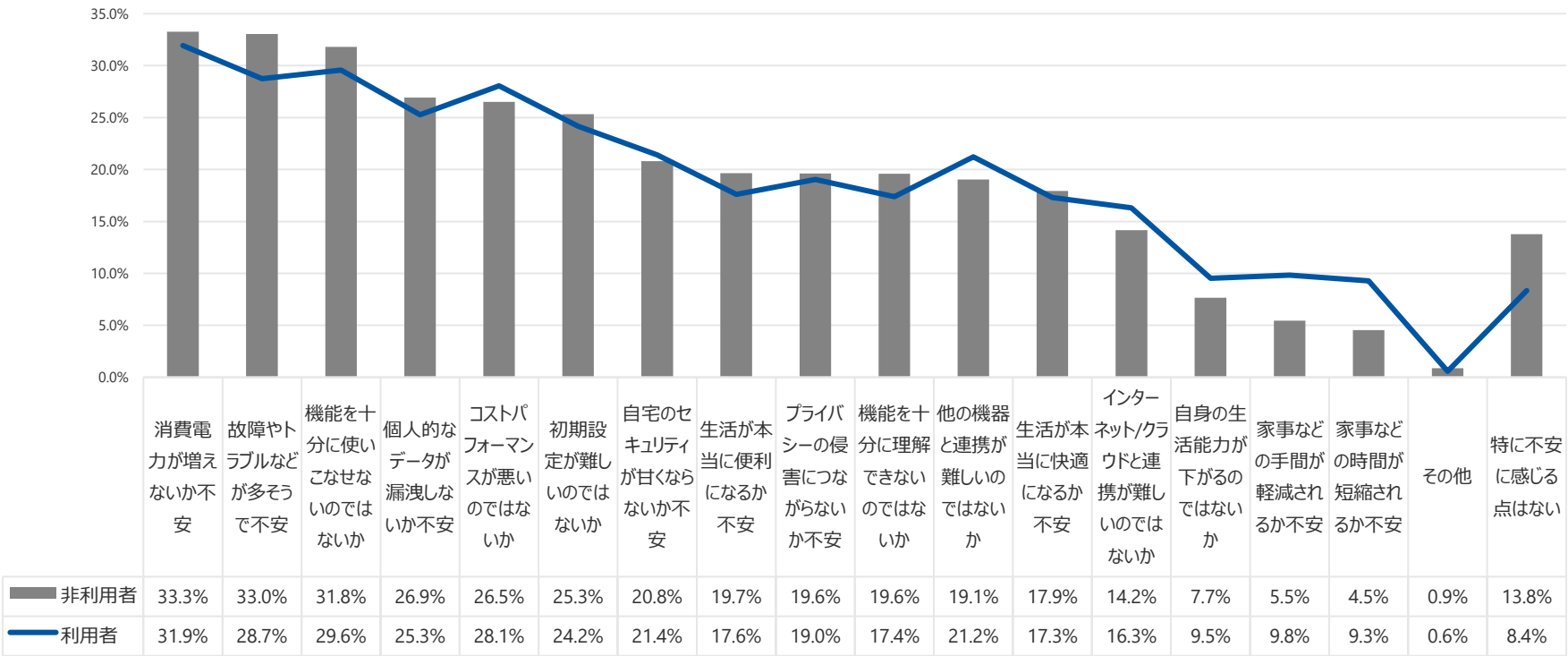




(参考)スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと① <スマートホーム非利用者×利用者>

非利用者に比べて、利用者は、「故障やトラブルなどが多そうで不安」「機能を十分に使いこなせないか」の割合が低い。一方で、「コストパフォーマンスが悪いのではないか」「他の機器との連携が難しいのではないか」といった点で不安を感じる割合が高い。また、「特に不安に感じる点はない」と回答した割合は、非利用者より利用者の方が低い。

Q8 スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと n=13,099(スマートホーム認知者ベース)
「スマートホーム」に関連する機器・サービスについて、不安に感じることはありますか。ある場合は、どのような点を不安に感じるかも含めてお答えください。（いくつでも）



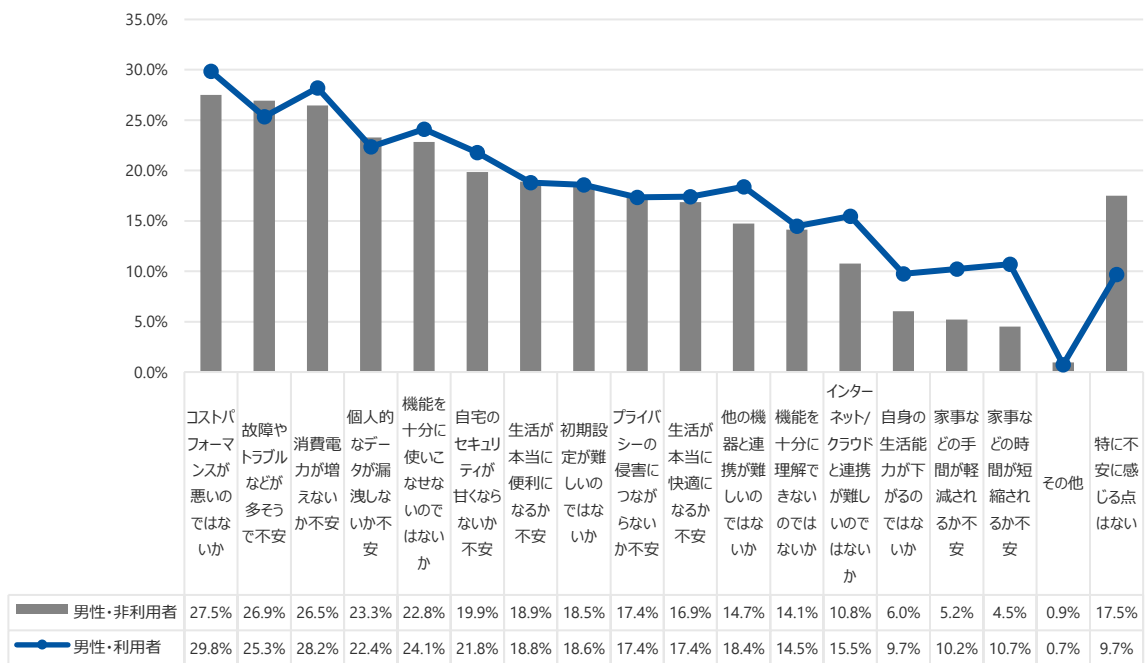


(参考)スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと② <スマートホーム非利用者×利用者 性別>

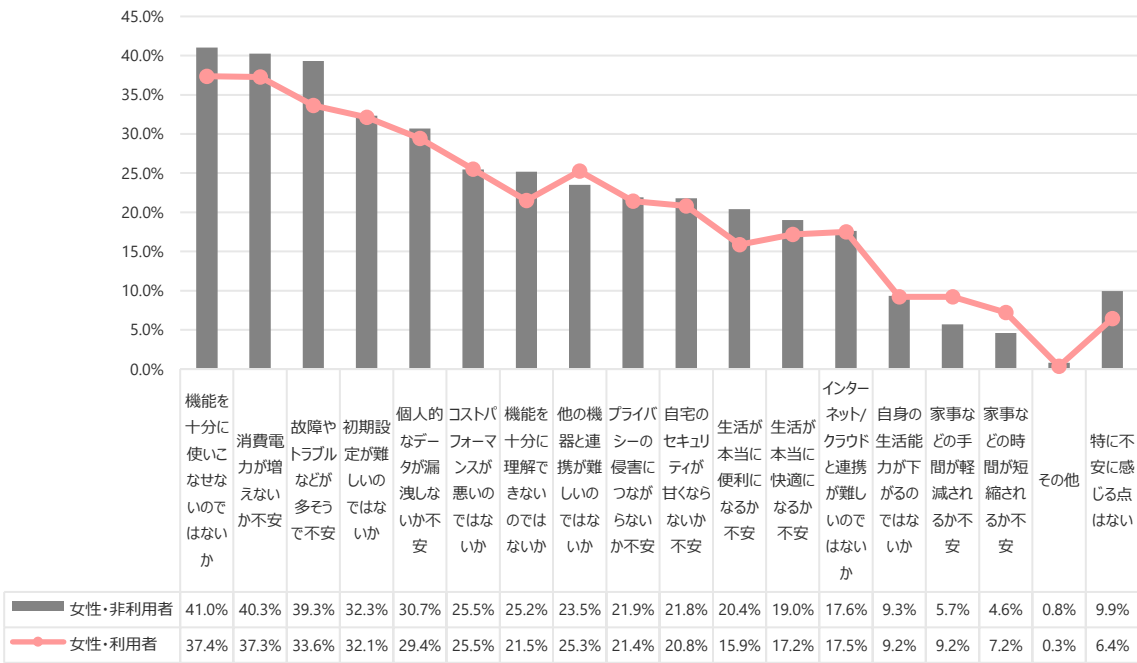
非利用者に比べて利用者の男性は18項目中12項目で不安を感じる割合が高く、女性は3項目のみ。特に利用者の男性は、「特に不安に感じる点はない」とする割合が非利用者に比べ低い。

Q8 スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと n=13,099(スマートホーム認知者ベース)
「スマートホーム」に関連する機器・サービスについて、不安に感じることはありますか。ある場合は、どのような点を不安に感じるかも含めてお答えください。(いくつでも)

男性



女性

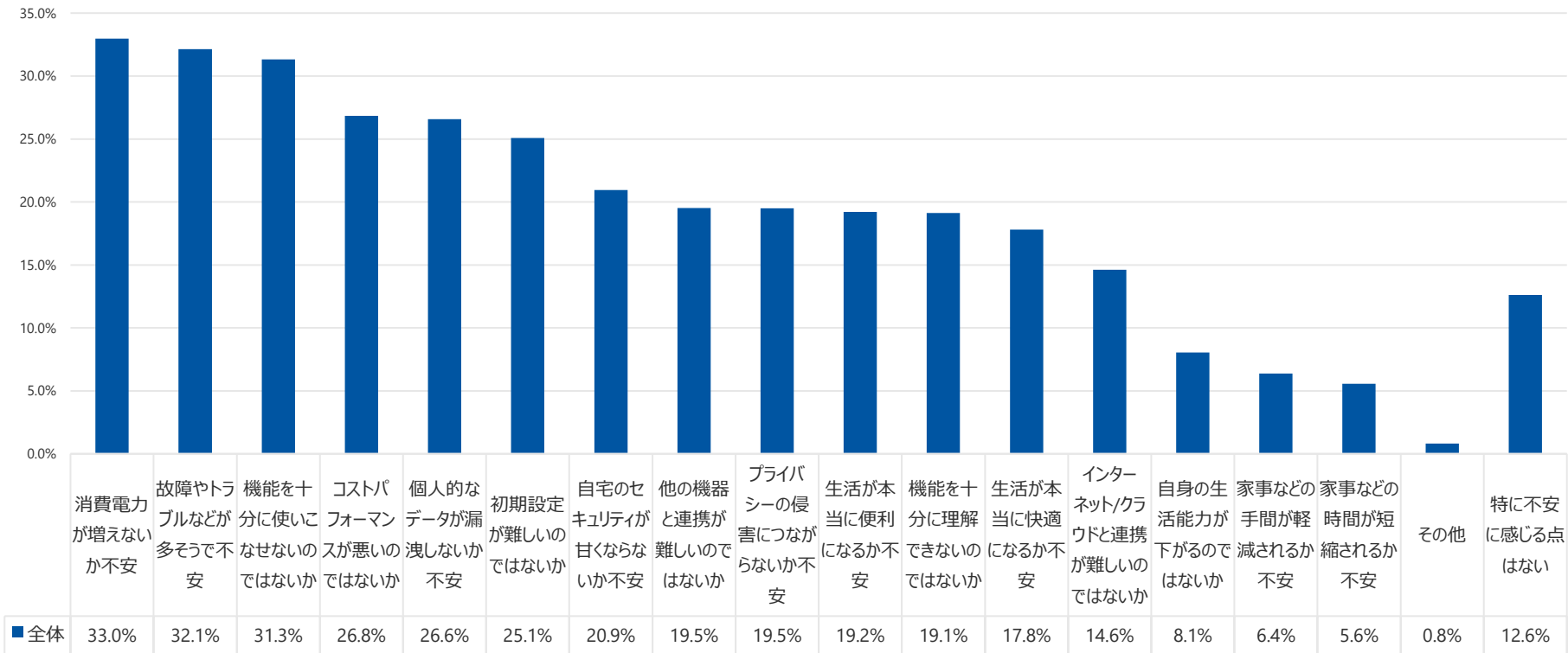




(参考)スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと③ <スマートホーム認知者>

「消費電力が増えないか」と「故障やトラブルなどが多そう」「機能を十分に使いこなせないかも」の上位3つはそれぞれ3割を超えている。一方、「特に不安に感じる点はない」と回答した層は12.6%である。

Q8 スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと n=13,099(スマートホーム認知者ベース)
「スマートホーム」に関連する機器・サービスについて、不安に感じることはありますか。ある場合は、どのような点を不安に感じるかも含めてお答えください。（いくつでも）



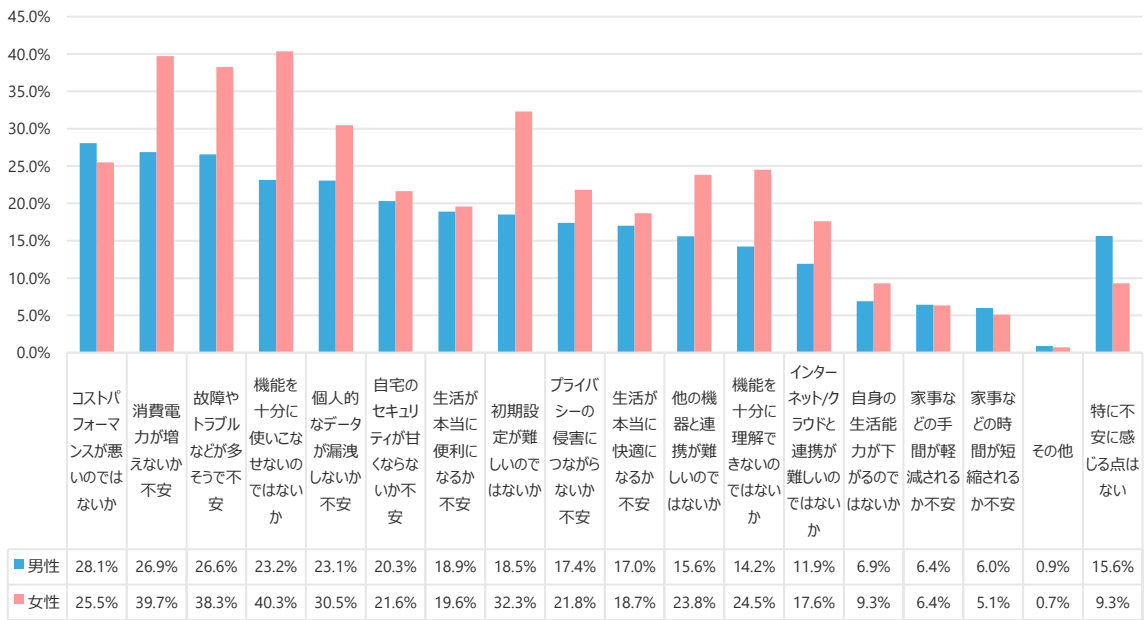


(参考)スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと④ <スマートホーム認知者>

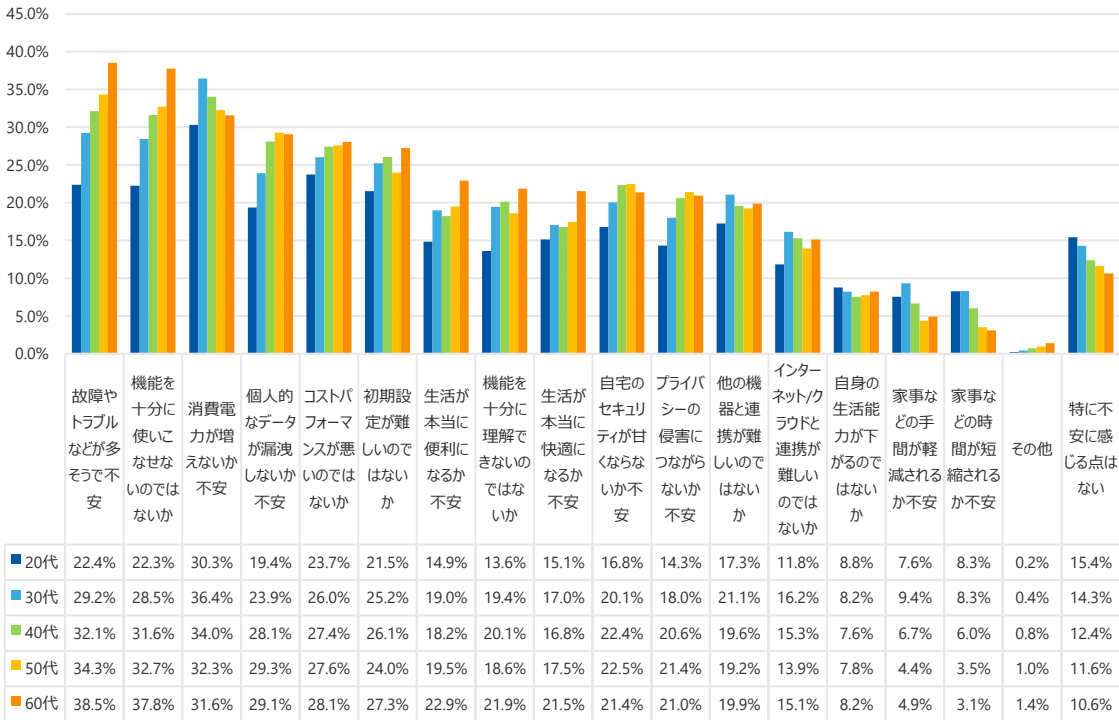
男性は有料サービスの利用意向が高いため、コストパフォーマンスの不安が高く、女性は機能への不安が最も高い。
50～60代では「故障やトラブルが多そう」、20～40代では「消費電力が増えないか」への不安が最も高い。

Q8 スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと n=13,099(スマートホーム認知者ベース)
「スマートホーム」に関連する機器・サービスについて、不安に感じることはありますか。ある場合は、どのような点を不安に感じるかも含めてお答えください。(いくつでも)

性別



年代別



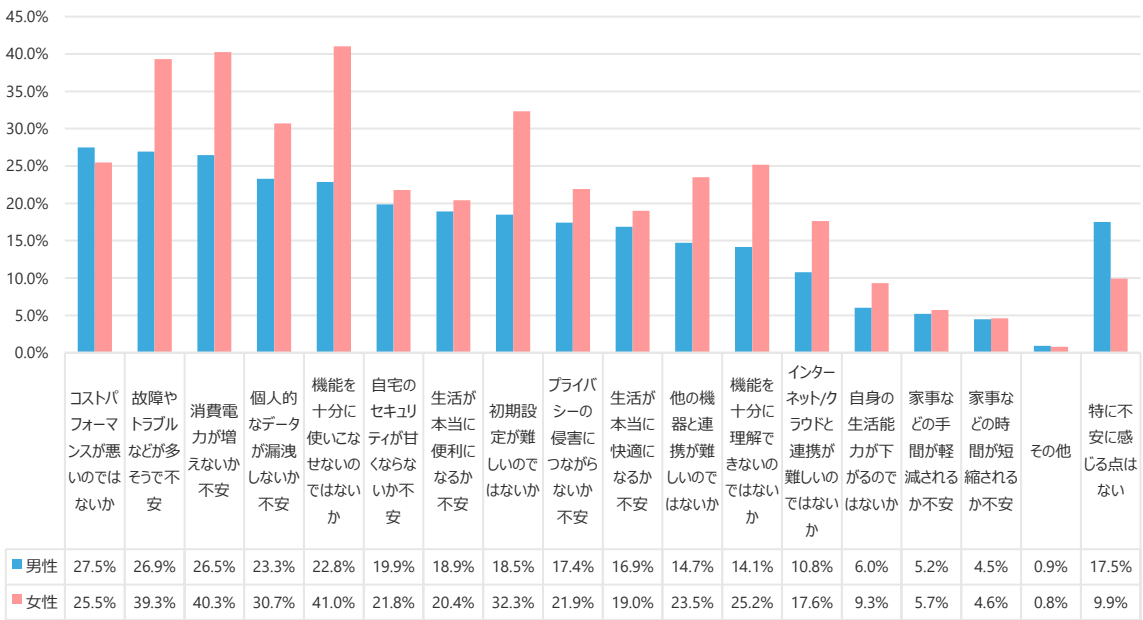


(参考)スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと⑤ <スマートホーム非利用者>

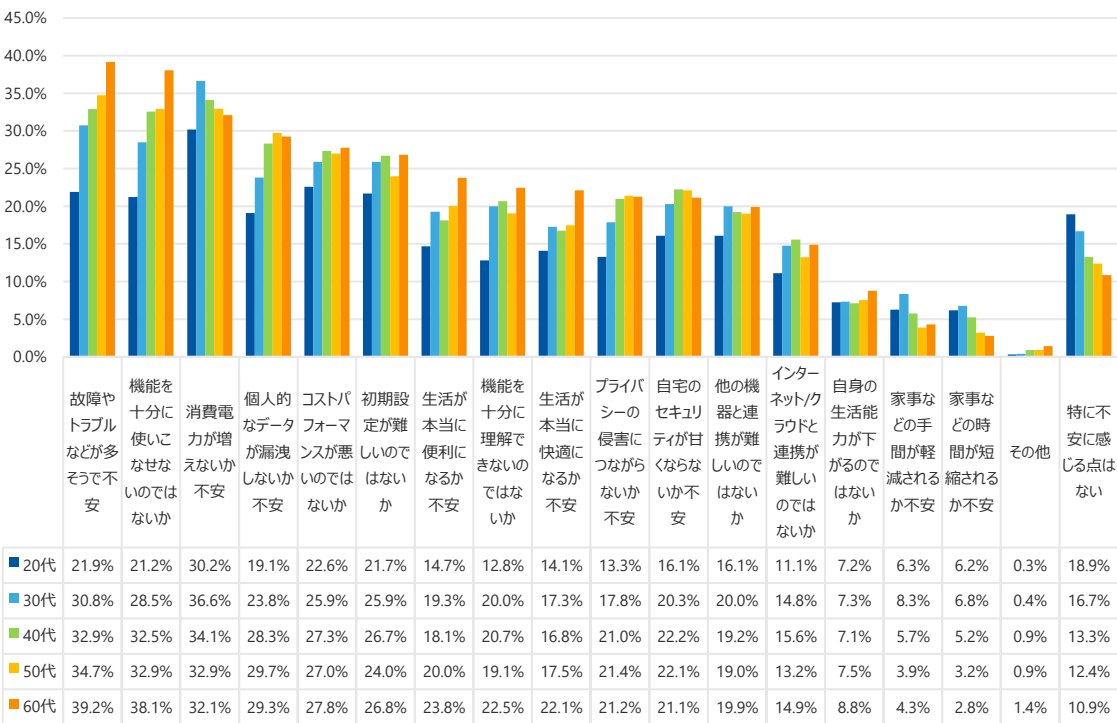
スマートホーム認知者と性別、年代別は同様の傾向で、男性は、コストパフォーマンスの不安が高く、女性は機能への不安が最も高い。50～60代では「故障やトラブルが多そう」、20～40代では「消費電力が増えないか」への不安が最も高い。

Q8 スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと n=10,309(非利用者ベース)
「スマートホーム」に関連する機器・サービスについて、不安に感じることはありますか。ある場合は、どのような点を不安に感じるかも含めてお答えください。(いくつでも)

性別



年代別



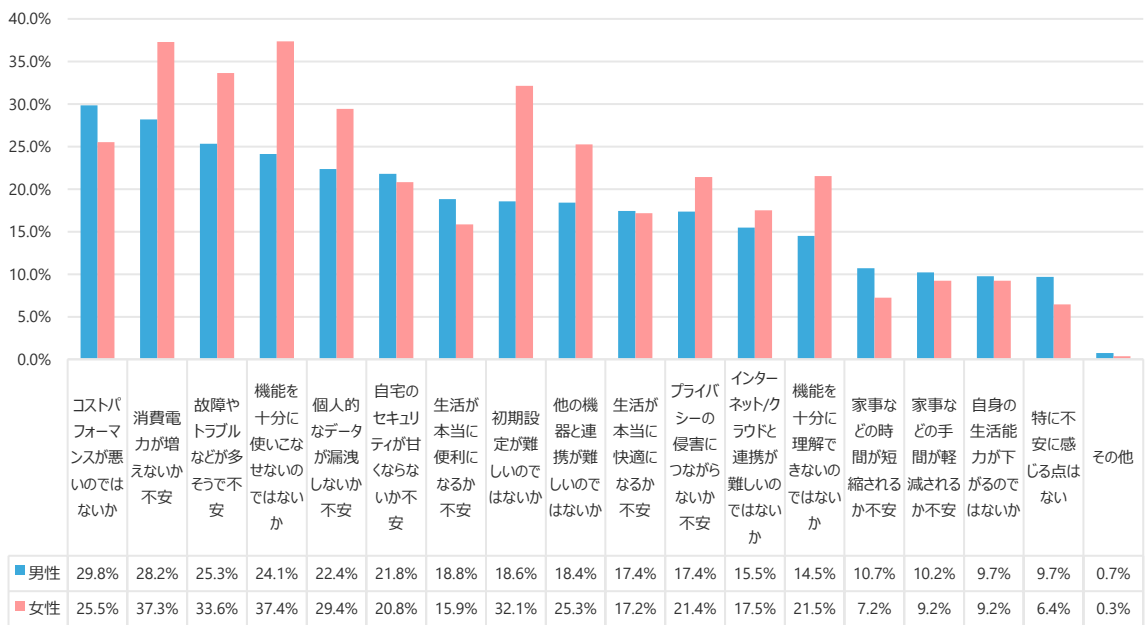


(参考)スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと⑥ <スマートホーム利用者>

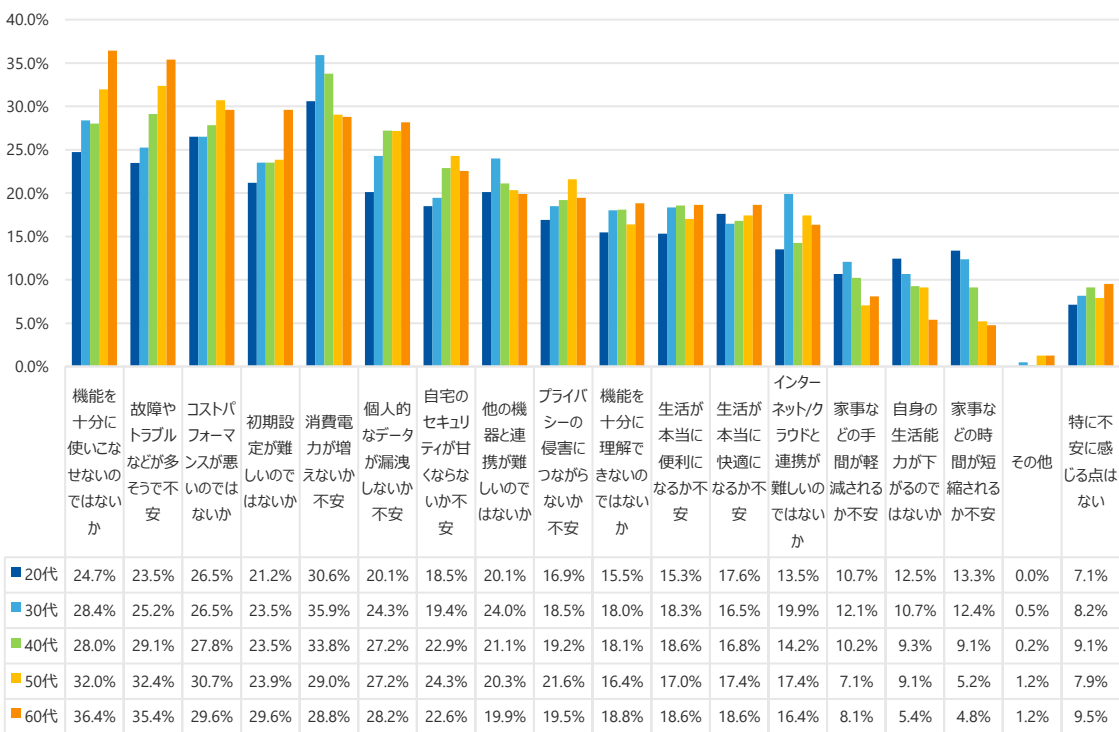
スマートホーム認知者と性別、年代別は同様の傾向で、男性は、コストパフォーマンスの不安が高く、女性は機能への不安が最も高い。50～60代では「故障やトラブルが多そう」、20～40代では「消費電力が増えないか」への不安が最も高い。

Q8 スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと n=2,790(利用者ベース)
「スマートホーム」に関連する機器・サービスについて、不安に感じることはありますか。ある場合は、どのような点を不安に感じるかも含めてお答えください。(いくつでも)

性別



年代別

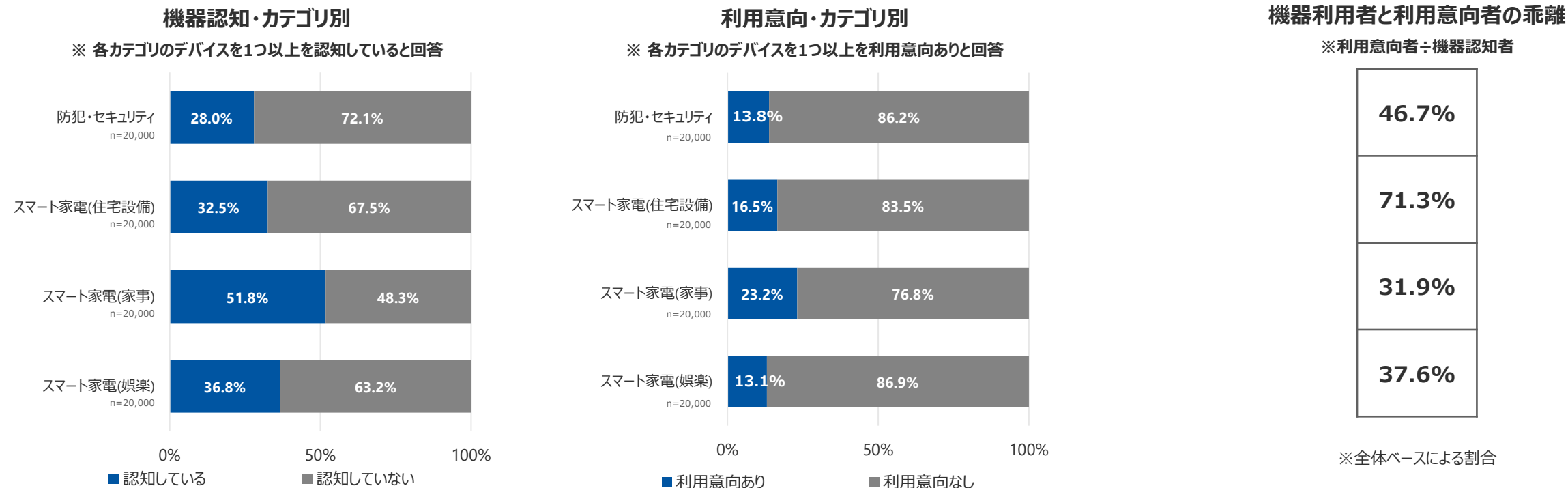




カテゴリ別 認知・利用意向

機器認知と利用意向ともにスマート家電（家事）が最も高い。
機器利用者と利用意向者の乖離は、スマート家電(娯楽)が最も大きく利用意向のハードルが高いと考えられる。

Q5S1/S6 サービス機器ファネル 利用経験 n=20,000(全員)
「スマートホーム」に関連した以下の機器・サービスについて、それぞれあてはまるものをお選びください。（1）知っている機器・サービス（2）自分、もしくは家族（別居も含む）が利用するために、直近1年以内に購入した機器・サービス（3）自分、もしくは家族（別居も含む）が利用するために、直近1年以内に購入した機器・サービスの内、最後に購入したもの（4）利用したことがある機器・サービス（5）現在利用している機器・サービス（6）今後利用したい機器・サービス



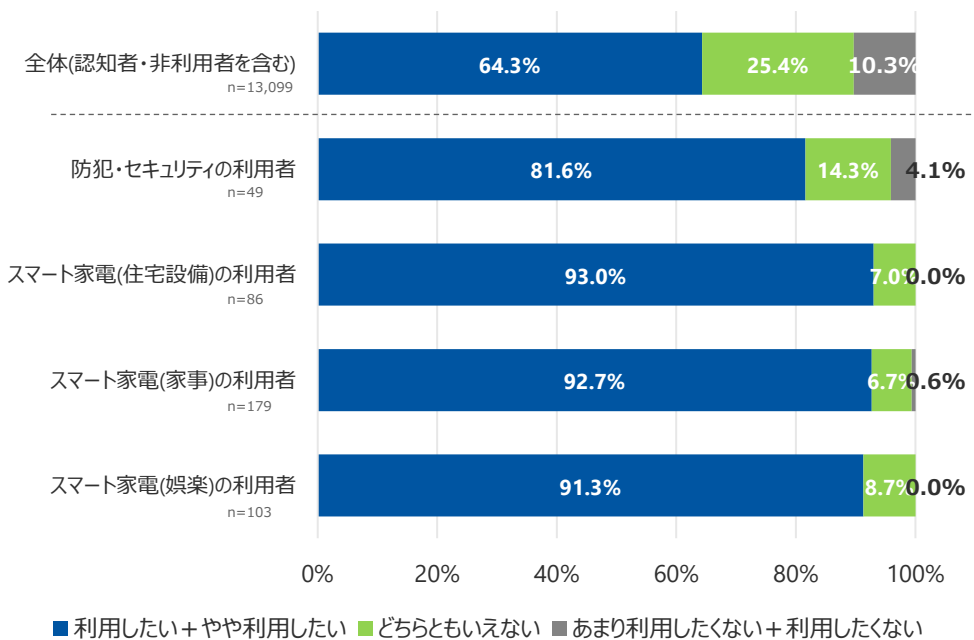


カテゴリ別利用者の利用意向(無料・有料)

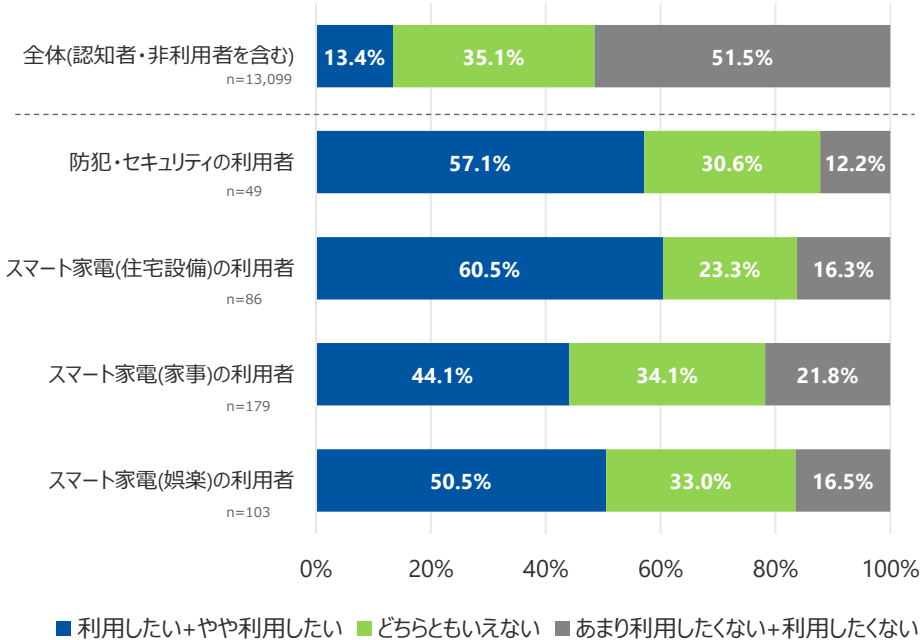
利用者の利用意向はいずれのカテゴリでも全体より高く、特に有料サービスで高い。なお、防犯セキュリティとスマート家電(住宅設備)は、他のカテゴリと比較して有料サービスの利用意向が高い。

SQ7S1/S2 無料サービス利用意向 全体n=13,099(スマートホーム認知者) 各設問n=xx(スマートホーム利用者ベース)
あなたは「スマートホーム」に関連した機器・サービスを今後(も)利用したいと思いますか。(サービスの利用が無料の場合・サービスの利用が有料の場合)
SQ5S4 サービス機器ファネル 利用経験 n=20,000(全員) p21参照

利用意向(無料)・カテゴリ別



利用意向(有料)・カテゴリ別

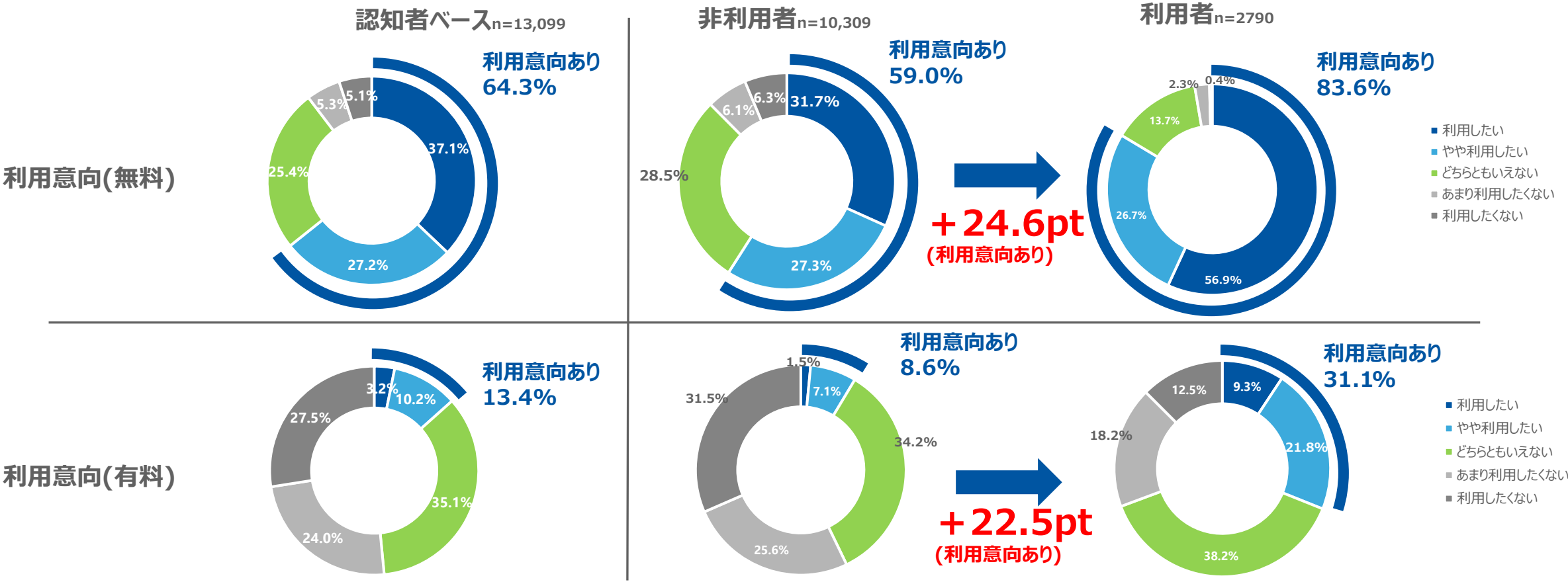




非利用者・利用者の利用意向の比較

デバイス利用者は非利用者に比べ、無料・有料ともに利用意向が20ポイント以上高い。
まずは1デバイスの利用体験を提供することが、スマートホーム全体への利用意向を高める起点となる可能性が示唆される。

SQ7S1/S2 無料サービス利用意向 n=13,099(認知者ベース) × SQ5S4 サービス機器ファネル 利用経験





利用意向(ポジティブ・ネガティブポイント)

JEITA一般社団法人
電子情報技術産業協会

スマートホームに対するイメージとして、「遠隔操作」「利便性」「先進的」といったIoT機器の利点が挙げられた。一方で、「コスト増加」「価値の享受可能か」「セキュリティ」に不安を感じている。

SQ2 「スマートホーム」イメージ n=13,099(スマートホーム認知者ベース)
「スマートホーム」という言葉のイメージとして、あてはまるものを以下からいくつかもお選びください。

SQ8 スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと n=13,099(スマートホーム認知者ベース)
「スマートホーム」に関連する機器・サービスについて、不安に感じることはありますか。ある場合は、どのような点を不安に感じるかも含めてお答えください。(いくつでも)

ポジティブ

<「スマートホーム」イメージ>

- 1 遠隔操作ができる(45.8%)
- 2 便利(38.8%)
- 3 先進的(38.1%)

調査では「スマートホーム」に対するイメージの上位3位として、「遠隔操作」「利便性」「先進的」といったIoT機器の利点が挙げられ、これらは全体の約40%を占めた。

ネガティブ

<不安なこと>

- 1 .消費電力が増えないか(33.0%)
- 2 .故障やトラブルなどが多そうで不安(32.1%)
- 3 .機能を十分に使いこなせないのではないかと(31.3%)

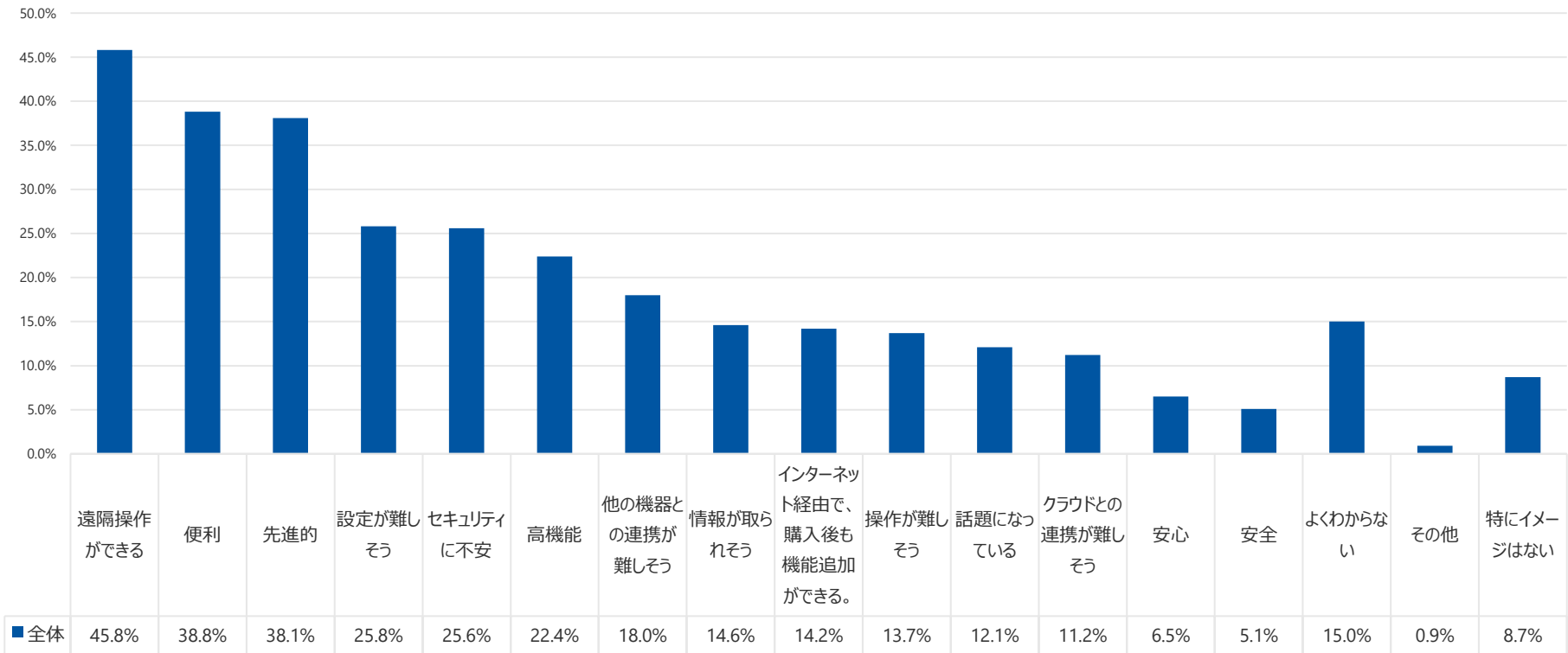
不安点は「価値の享受可能か」「セキュリティ」「コスト増加」の3つに大別される。認知者と利用者の比較では、「機能の使いこなし」への懸念が上位に上昇し、多機能による操作の難しさが示唆された。一方で、「初期設定の難しさ」に対する不安は減少しており、設定が苦手な層は利用を控える可能性がある。



(参考)スマートホームのイメージ<スマートホーム認知者>

スマートホーム認知者のスマートホームのイメージとして、「遠隔操作ができる」が最も高い。
一方で、スマートホームに対して「よくわからない」「特にイメージはない」と回答する人も1割前後となった。

SQ2 「スマートホーム」イメージ n=13,099(スマートホーム認知者ベース)
「スマートホーム」という言葉のイメージとして、あてはまるものを以下からいくつでもお選びください。





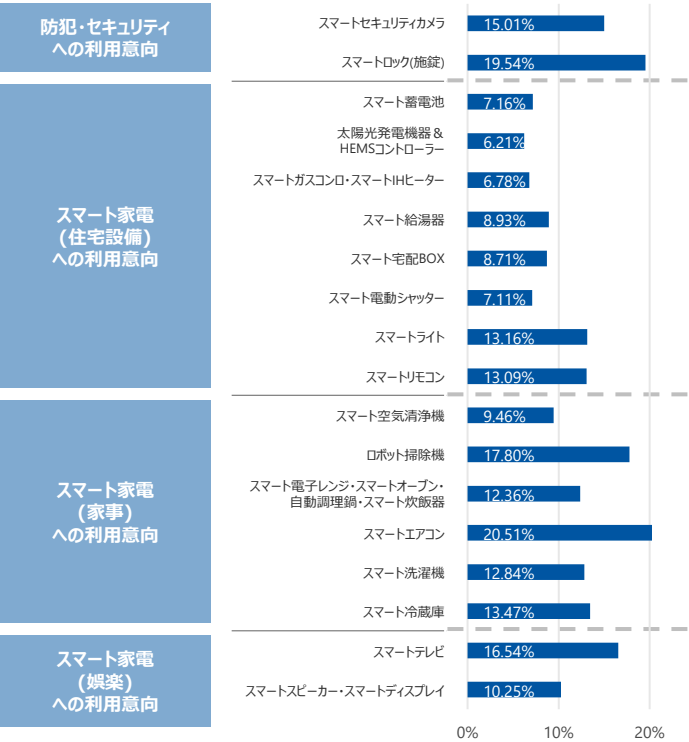
参考：デバイスに対する利用意向

ほぼ全てのデバイスにおいて、利用者の方が利用意向は高い。
ロボット掃除機のみ、利用者は、非利用者よりも利用意向が低い。

SQ7S1/S2 無料サービス利用意向 n=13,099(スマートホーム利用者ベース) ×SQ5S4 サービス機器ファネル 利用経験

デバイス別非利用者のデバイス別利用意向

対象デバイス非利用者



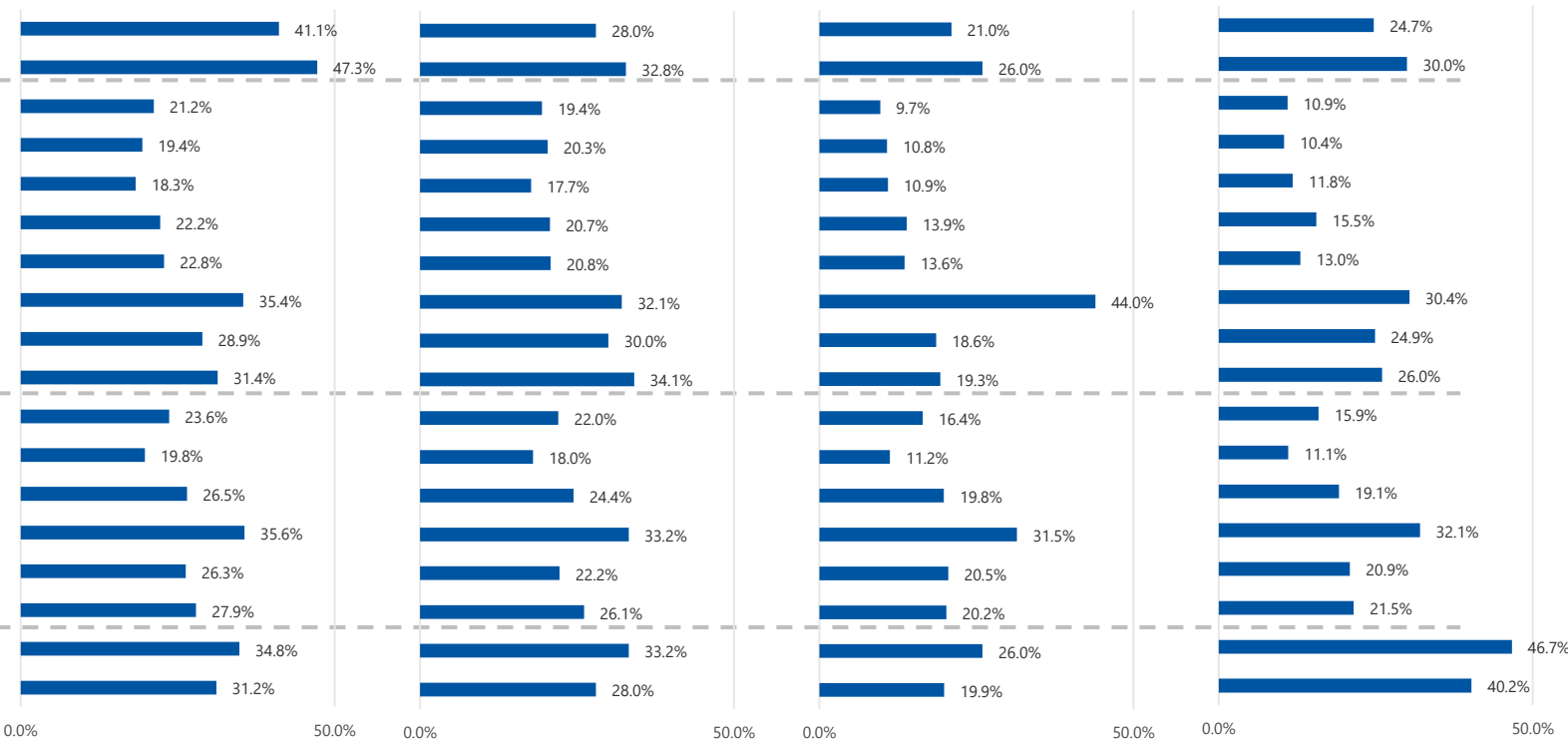
カテゴリ別利用者のデバイス別利用意向

防犯・セキュリティ利用者

スマート家電(住宅設備)利用者

スマート家電(家事)利用者

スマート家電(娯楽)利用者

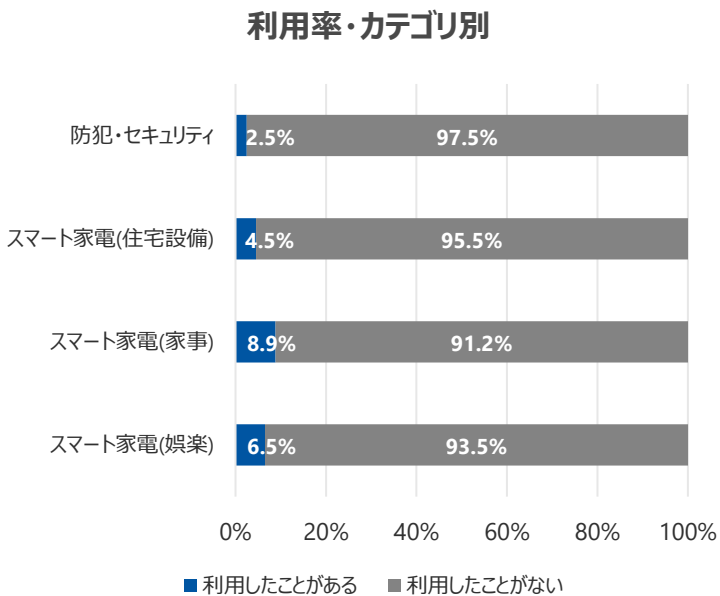
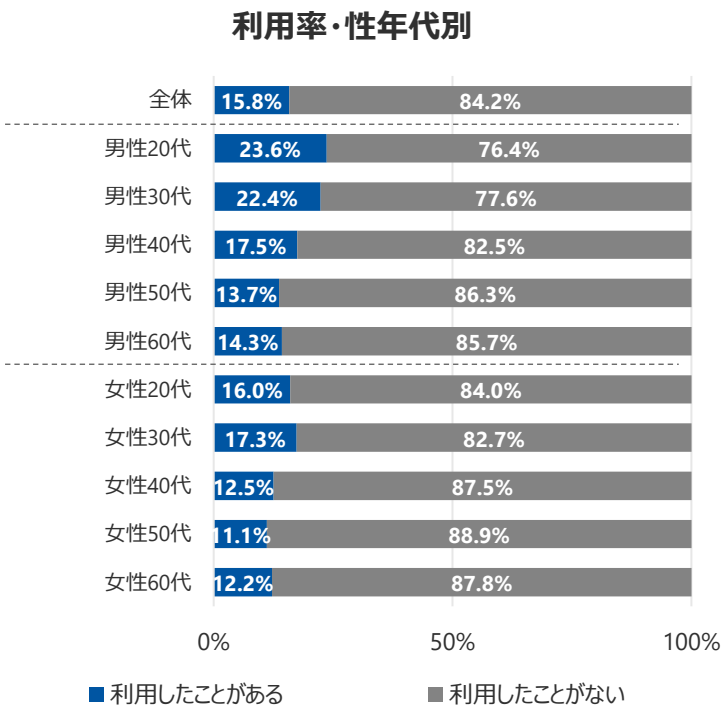
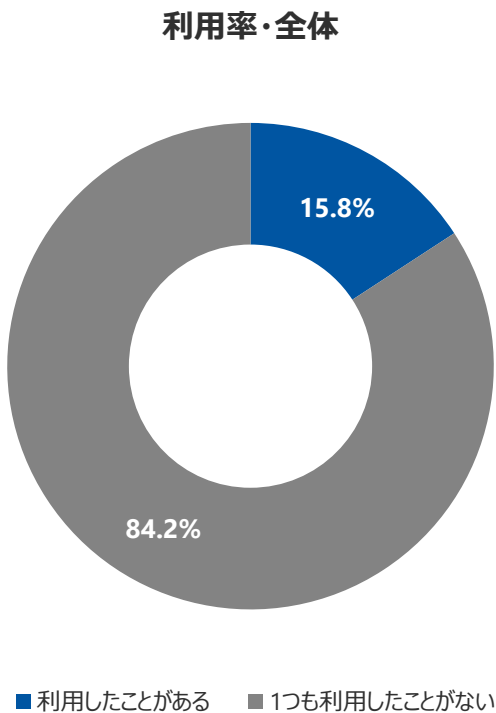




利用率①

全体のスマートホーム利用率（利用経験有）は15.8%であり、男性20代・30代では2割を超える利用率である。
カテゴリ別ではスマート家電（家事）の利用率が8.9%で最も高い。

SQ5S4 サービス機器ファネル 利用経験 n=20,000(全員)
「スマートホーム」に関連した以下の機器・サービスについて、それぞれあてはまるものをお選びください。（1）知っている機器・サービス（2）自分、もしくは家族（別居も含む）が利用するために、直近1年以内に購入した機器・サービス（3）自分、もしくは家族（別居も含む）が利用するために、直近1年以内に購入した機器・サービスの内、最後に購入したもの（4）**利用したことがある機器・サービス**（5）現在利用している機器・サービス（6）今後利用したい機器・サービス 利用したことがある

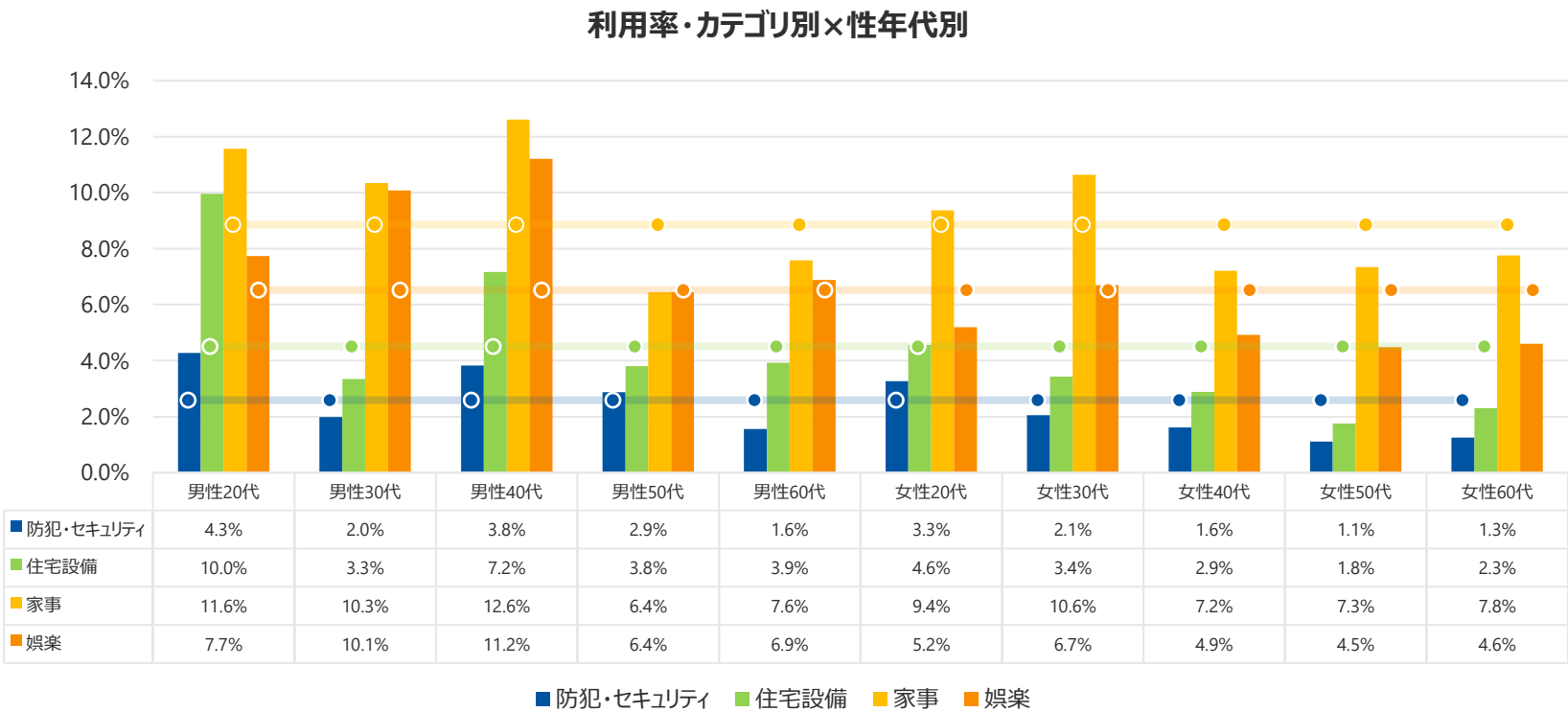




利用率② カテゴリ別×性年代別

男性20代・40代は全カテゴリで平均値を上回り、スマートホーム利用率が高い。防犯セキュリティは男女ともに20代で高い。スマート家電(家事)は社会人層が中心となり、20～40代で利用率が高い。

SQ5S4 サービス機器ファネル 利用経験 n=20,000(全員) 各年代のカテゴリ利用者/各年代の人数
「スマートホーム」に関連した以下の機器・サービスについて、それぞれあてはまるものをお選びください。(1) 知っている機器・サービス (2) 自分、もしくは家族(別居も含む)が利用するために、直近1年以内に購入した機器・サービス (3) 自分、もしくは家族(別居も含む)が利用するために、直近1年以内に購入した機器・サービスの内、最後に購入したもの **(4) 利用したことがある機器・サービス** (5) 現在利用している機器・サービス (6) 今後利用したい機器・サービス 利用したことがある



利用率・平均値	
スマート家電(娯楽)	6.5%
スマート家電(家事)	8.9%
スマート家電(住宅設備)	4.5%
防犯・セキュリティ	2.5%



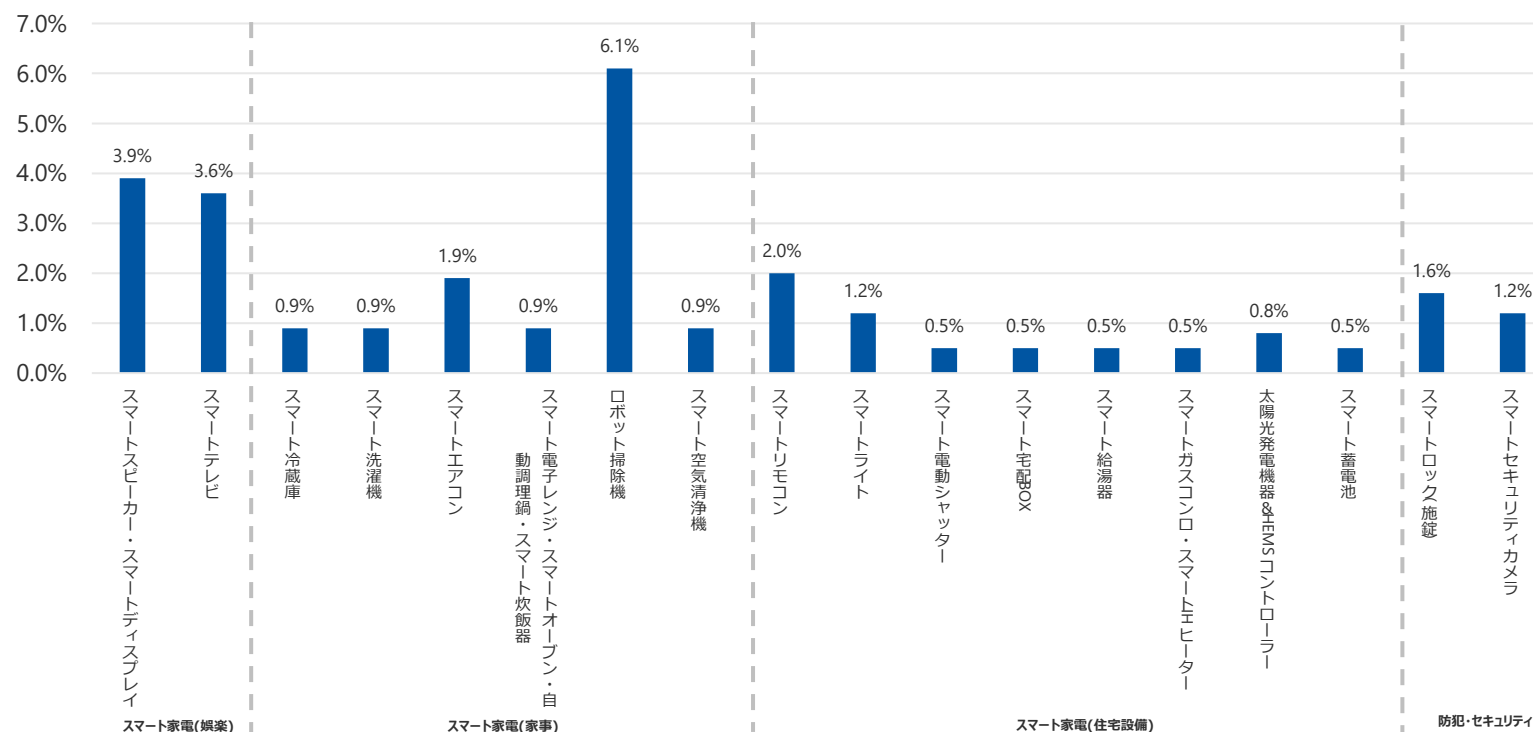
(参考)デバイス別 利用率

ロボット掃除機(6.1%)、スマートスピーカー・スマートディスプレイ(3.9%)、スマートテレビ(3.6%)と続く。

SQ5S4 サービス機器ファネル 利用経験 n=20,000(全員)

「スマートホーム」に関連した以下の機器・サービスについて、それぞれあてはまるものをお選びください。(1) 知っている機器・サービス (2) 自分、もしくは家族(別居も含む)が利用するために、直近1年以内に購入した機器・サービス (3) 自分、もしくは家族(別居も含む)が利用するために、直近1年以内に購入した機器・サービスの内、最後に購入したもの **(4) 利用したことがある機器・サービス** (5) 現在利用している機器・サービス (6) 今後利用したい機器・サービス 利用したことがある

デバイス別 利用率





満足度① 全体・性年代別

JEITA一般社団法人
電子情報技術産業協会

スマートホーム利用者の満足度は88.0%と、利用した人のスマートホームへの評価は高い。
年代別では30代～40代男性、20代～30代女性の満足度が高い。

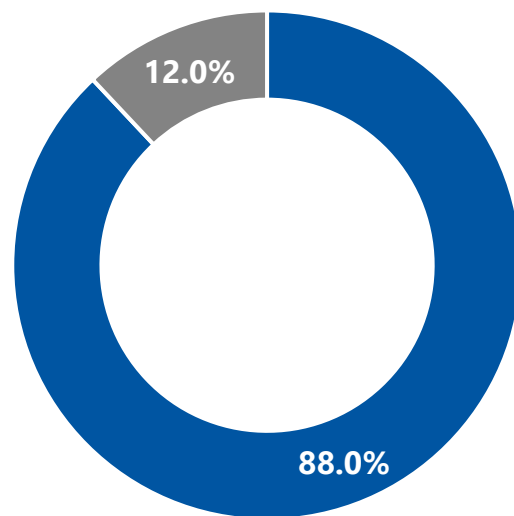
Q16,Q21,Q26,Q31 カテゴリ別満足度

あなたは、使用している○○について、どの程度満足していますか。

利用者ベース(4カテゴリ) 全体n=1,138 重複あり

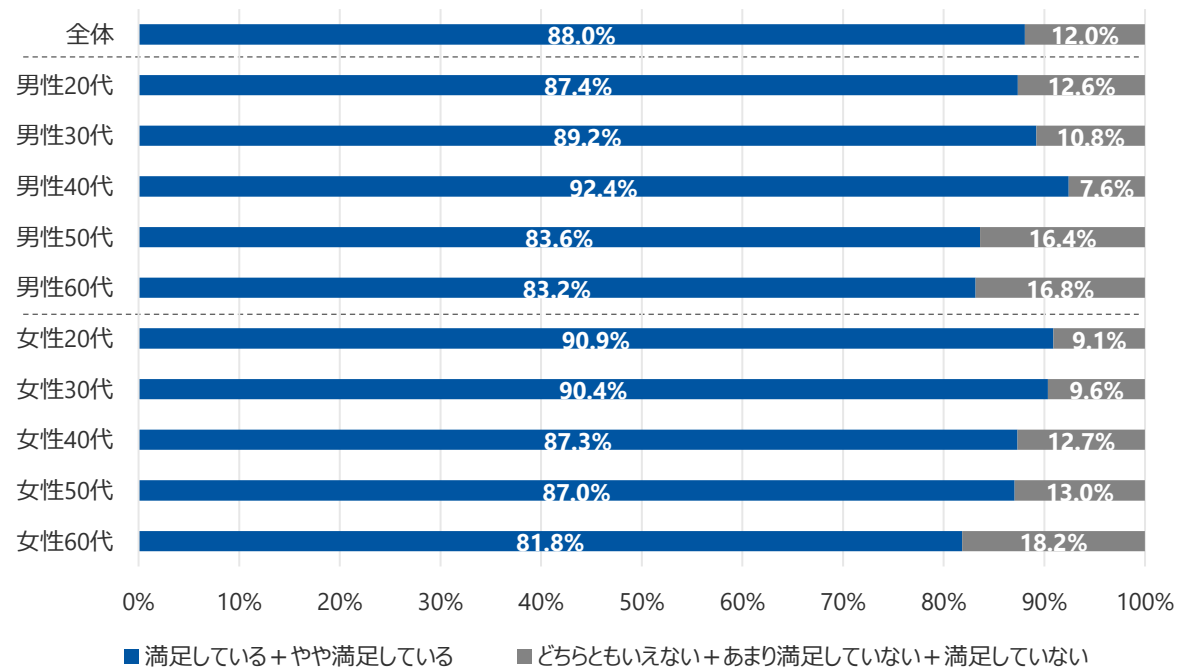
4カテゴリ内訳/防犯・セキュリティ・スマート家電(住宅設備)・スマート家電(家事)・スマート家電(娯楽)

満足度(4カテゴリ)・全体



■ 満足している+やや満足している ■ どちらともいえない+あまり満足していない+満足していない

満足度(4カテゴリ)・性年代別





満足度② カテゴリ別

満足度は全体の88.0%と比較して、スマート家電(住宅設備)とスマート家電(娯楽)の満足度が高く、どちらも、インターネットとの接続のしやすさに満足している。一方で、全体的に「消費電力」および「初期設定」「ネットワークや機器連携」に不満を感じている結果となった。

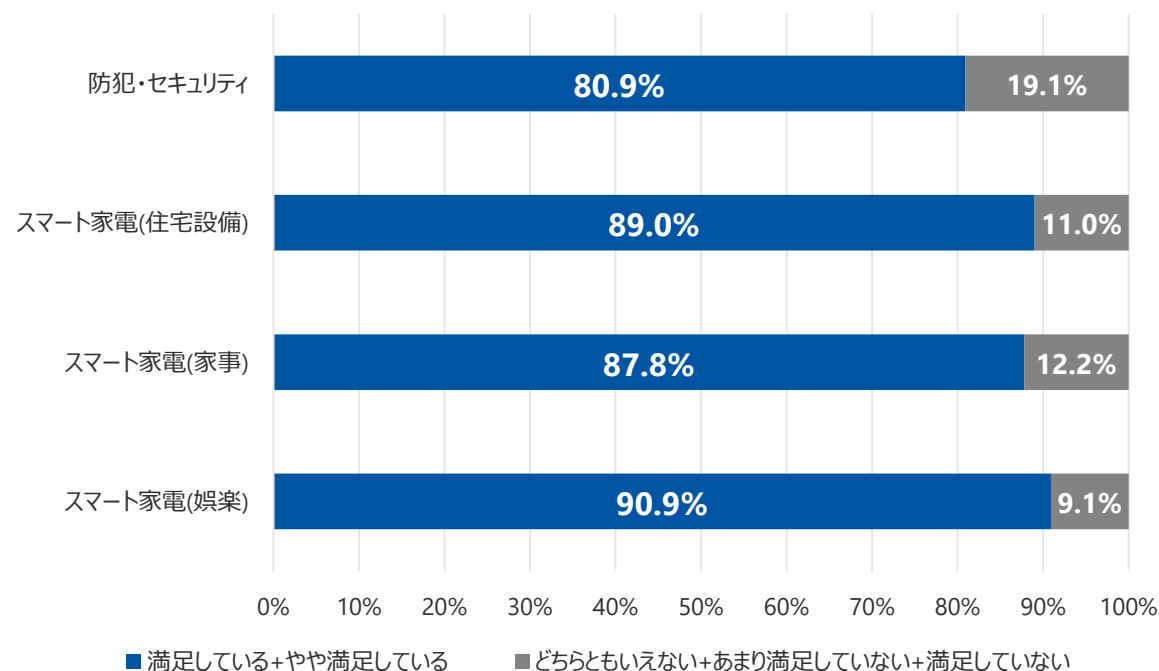
Q16,Q21,Q26,Q31,Q36 カテゴリ別満足度

あなたは、使用している○○について、どの程度満足していますか。

利用者ベース(4カテゴリ) 全体n=1,138 重複あり

4カテゴリ内訳/防犯・セキュリティ・スマート家電(住宅設備)・スマート家電(家事)・スマート家電(娯楽)

満足度・カテゴリ利用者別



防犯・セキュリティ

- + 「自宅のセキュリティや安全性の向上」「操作の分かりやすさ」「センサーの性能」
- 「初期設定のしやすさ」「他の機器と連携のしやすさ」

スマート家電(住宅設備)

- + 「操作の分かりやすさ」「インターネットとの接続のしやすさ」
- 「初期設定のしやすさ」「他の機器との連携のしやすさ」「消費電力が少ないこと」

スマート家電(家事)

- + 「操作のわかりやすさ」「家事の時間が短縮されること」
- 「家事の負担が軽減されること」「消費電力が少ないこと」

スマート家電(娯楽)

- + 「インターネットとの接続のしやすさ」「音声認識機能の正確さ」
- 「他の機器との連携のしやすさ」「他のスマートホーム機器・サービスの操作のしやすさ」「クラウドとの連携のしやすさ」



継続意向① 全体・性年代

JEITA

一般社団法人
電子情報技術産業協会

スマートホーム化を今後も「進めていきたい」と考える層は全体の83.0%。一方、男女別に見ると、男性は女性に比べて継続意向が高い傾向がある。特に50代～60代女性の継続意向が低い。

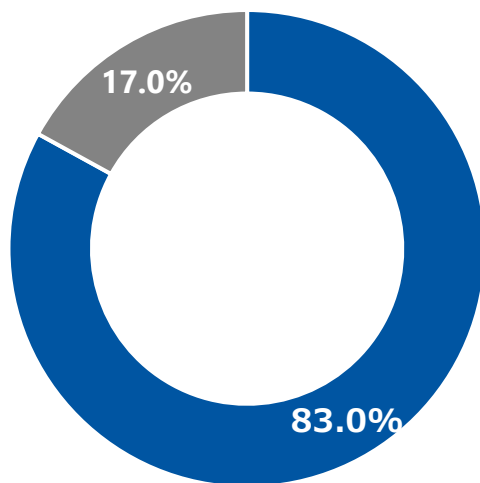
Q45 スマートホームへの取り組み意向

今後新たな機器・サービスの購入や連携の充実などを行い、あなたの住まいのスマートホーム化をさらに進めていきたいと思いませんか。

利用者ベース(4カテゴリ) 全体n=1,138 重複あり

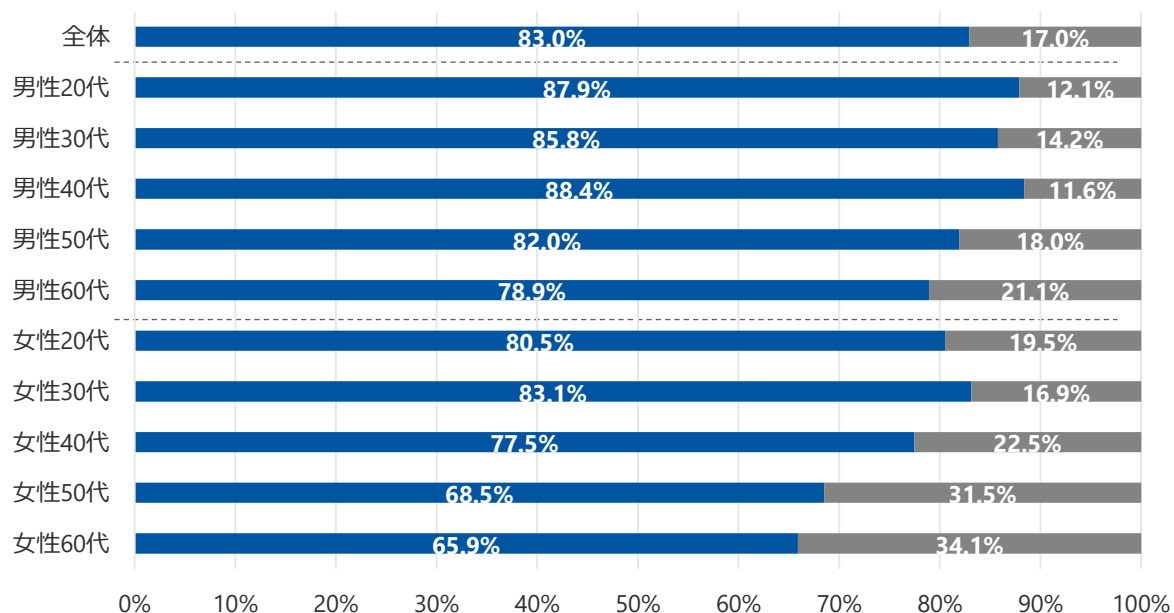
4カテゴリ内訳/防犯・セキュリティ・スマート家電(住宅設備)・スマート家電(家事)・スマート家電(娯楽)

継続意向(4カテゴリ)・全体



■ 進めていきたい+やや進めていきたい ■ どちらともいえない+あまり進めたくない+進めたくない

継続意向(4カテゴリ)・性年代別



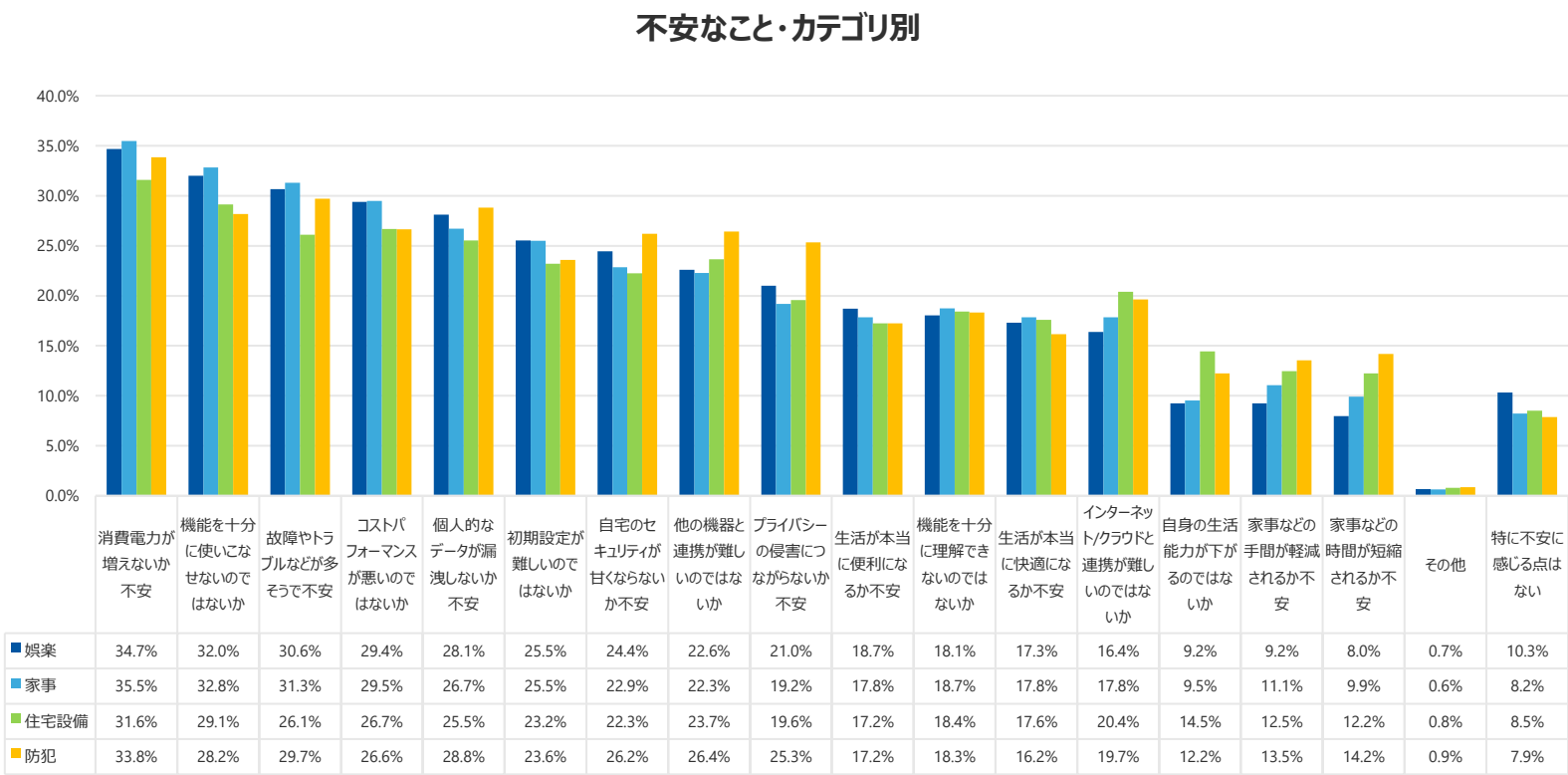
■ 進めていきたい+やや進めていきたい ■ どちらともいえない+あまり進めたくない+進めたくない

人々

(参考)スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと カテゴリ別

全てのカテゴリにおいて、消費電力に対する不安が高い。また、防犯・セキュリティ利用者は、「個人的なデータが漏洩しないか」「自宅のセキュリティが甘くならないか」「プライバシーの侵害につながらないか」等、セキュリティについての懸念が他のカテゴリよりも高い。

Q8 スマートホーム/IoT機器・サービスに対して不安なこと n=294(娯楽・利用者ベース)、n=461(家事・利用者ベース)、n=212(住宅設備・利用者ベース)、n=133(防犯セキュリティ・利用者ベース)
「スマートホーム」に関連する機器・サービスについて、不安に感じることはありますか。ある場合は、どのような点を不安に感じるかも含めてお答えください。(いくつでも)





継続意向② カテゴリ別

JEITA

 一般社団法人
電子情報技術産業協会

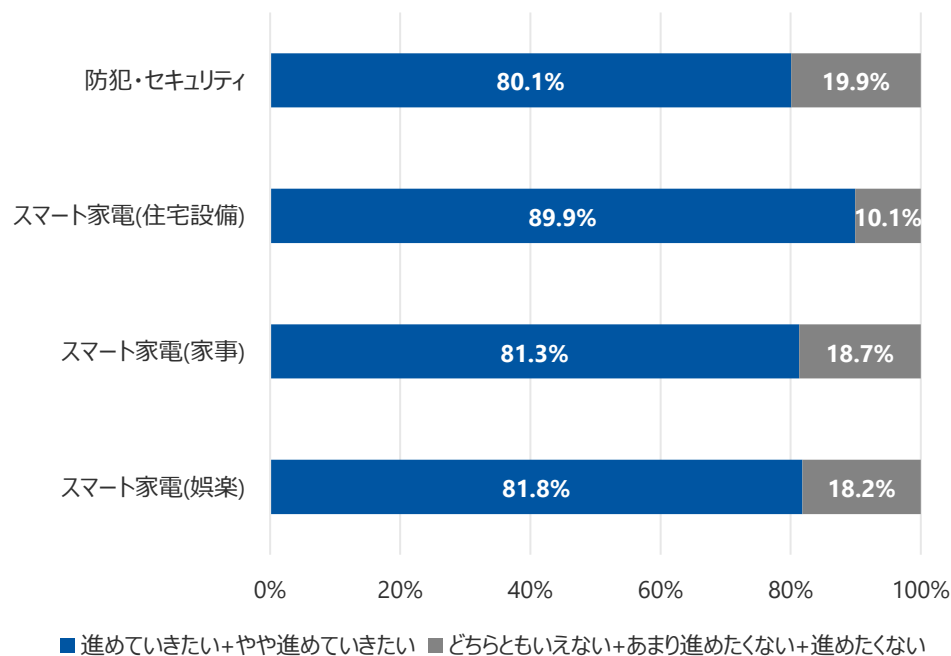
全カテゴリで継続意向は80%以上と高く、特に、スマート家電(住宅設備)は男女共に高い。
しかし、「スマート家電（娯楽）」の女性利用者は、非継続意向が19.5%と特に高い。

Q45 スマートホームへの取り組み意向

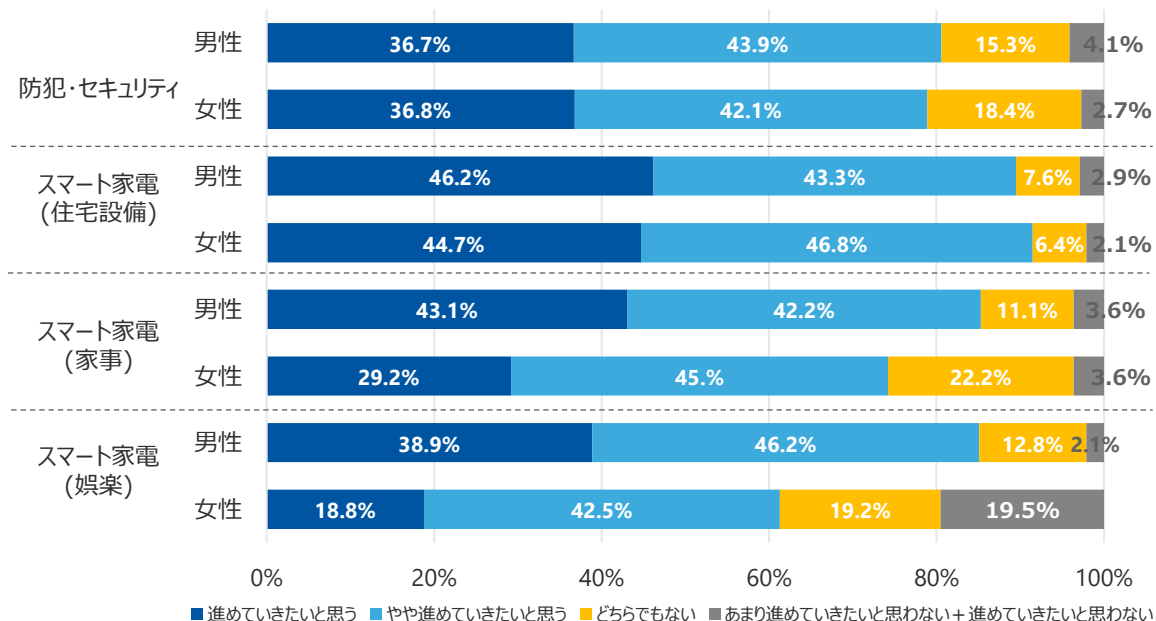
今後新たな機器・サービスの購入や連携の充実などを行い、あなたの住まいのスマートホーム化をさらに進めていきたいと思いませんか。

利用者ベース4カテゴリ 全体n=1,138 重複あり

継続意向・カテゴリ利用者別



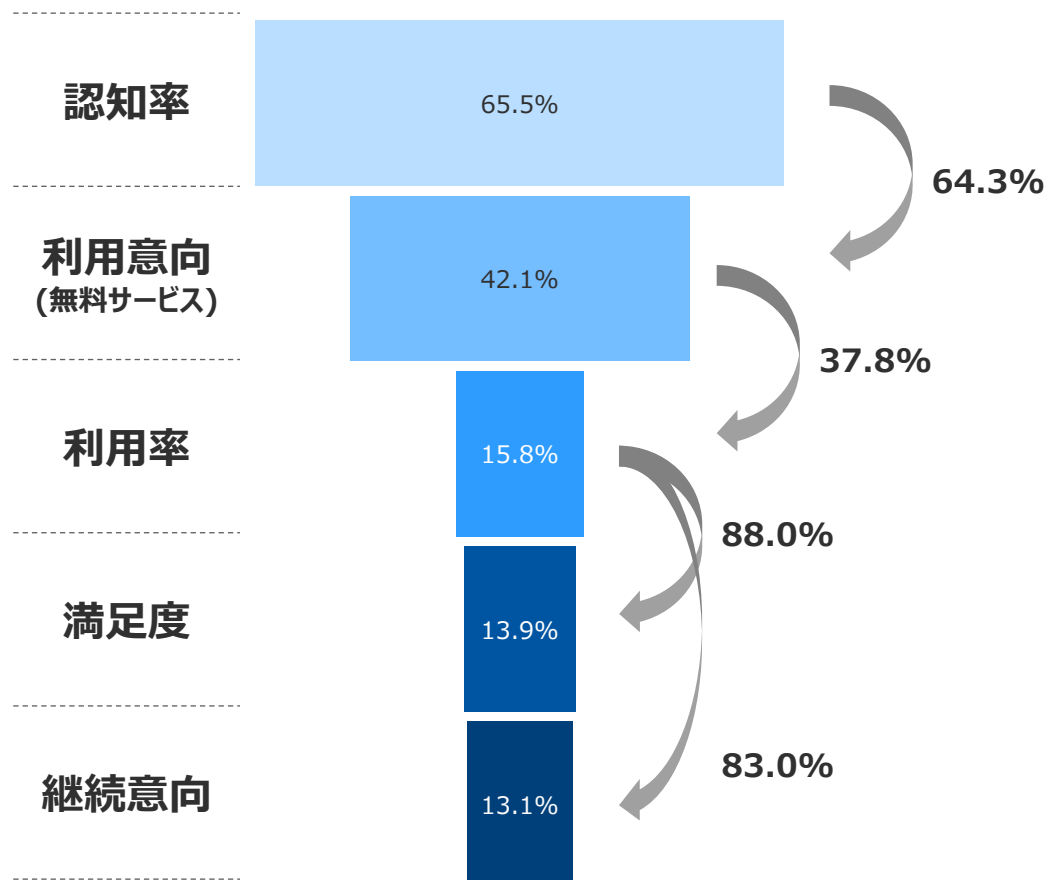
継続意向・カテゴリ別・性別





サマリ・全体

スマートホーム普及への一般ユーザーの全体のポイントは以下の通りである。



スマートホームの認知率は65.5%であり、そのうち、内容認知は34.5%。

○：男性および高年代層で高い

×：20代の認知度が低い

認知者は、無料で利用できるサービスの利用意向は64.3%と高い。

○：デバイス利用者は、デバイス非利用者に比べ、無料サービスと有料サービス共に利用意向が高い。

×：利用意向はあるが、26.8%がコストパフォーマンスへの不安を抱えている。

スマートホーム利用者は15.8%、

○：男性20～30代では2割を超える高い利用率が見られる。

○：4カテゴリの中で、特に、スマート家電(家事)の利用が多い。

×：消費電力、故障・トラブルなどが利用までのハードルになっている。

スマートホーム利用者の満足度は88.0%。

○：最も低いカテゴリでも、「防犯セキュリティ」で80.9%。

○：全体的に「操作のわかりやすさ」に対する満足度が高い。

×：「消費電力」「初期設定」「ネットワークや機器連携」に不満を感じている。

スマートホーム化を今後も「進めていきたい」と考える層は83.0%。

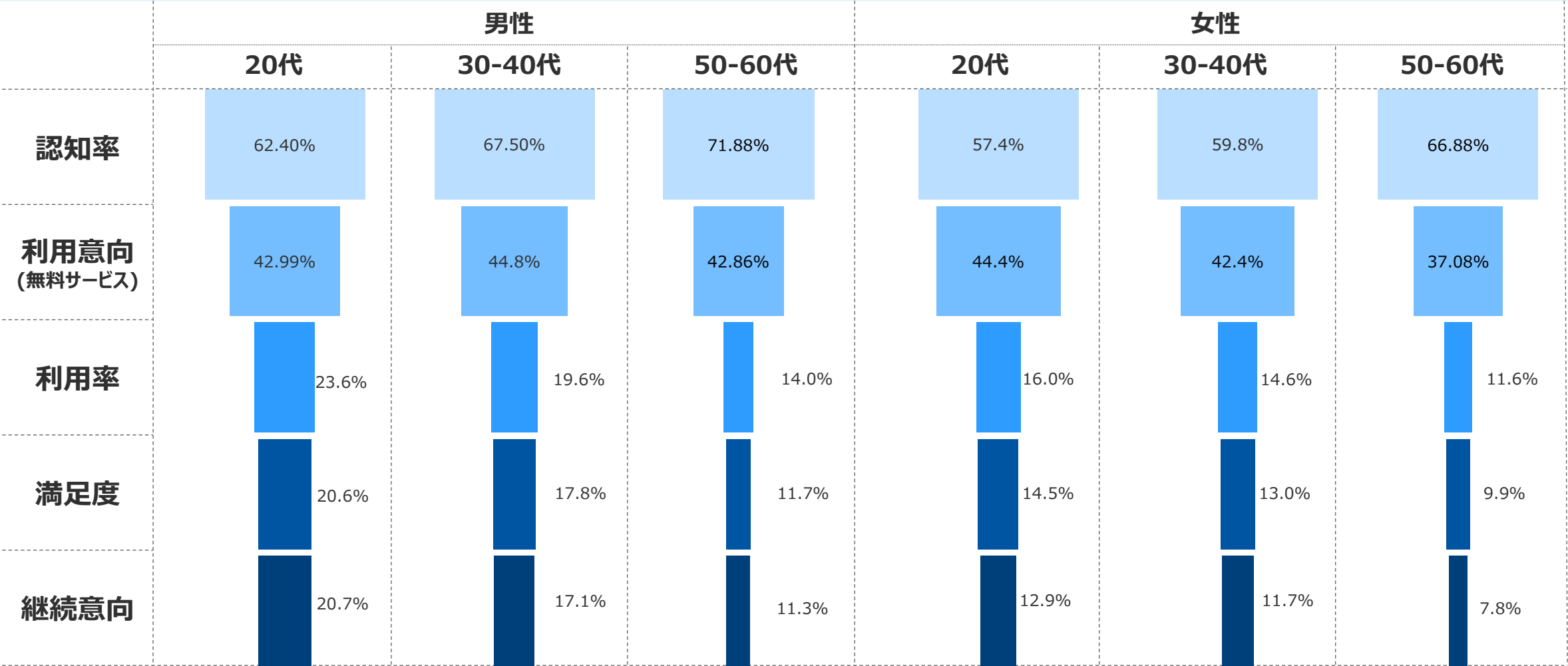
○：4カテゴリの中で、特に、スマート家電(住宅設備)は89.9%が継続の意向。

×：女性は男性に比べて継続意向が低い。



サマリ・性年代別

一般ユーザーの性年代別のファネルは以下の通りである。



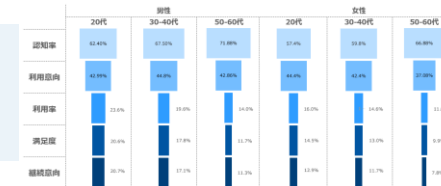


サマリ・性年代別

JEITA

 一般社団法人
電子情報技術産業協会

50-60代は認知率が高いにもかかわらず、利用意向や利用率のステップで離脱してしまう。
利用率は認知率の2割以下にとどまる。



認知

スマートホームの認知は、全年代で女性より男性の方が高い。
○：男女ともに年代が上がるごとに認知率は高くなる。
×：男女ともに20代の認知度が低い。

利用意向

無料サービスの利用意向は、30～40代男性が最も高い。
○：20代～30代女性は認知者の内、7割以上が利用意向がある。
×：認知はしているが、年代が上がるにつれて利用意向は低下する。

利用率

20～40代男性の利用率が高い。
○：認知率に反して、年代が上がるごとに利用率は低くなる。
×：50～60代は「故障やトラブルが多そう」への不安が多い。

満足度

年代が低いほど満足度は高い。
○：利用者の内、81～92%が満足している。
×：特に50～60代で「初期設定」「機器・ネットワーク連携」に不安を感じている。

継続意向

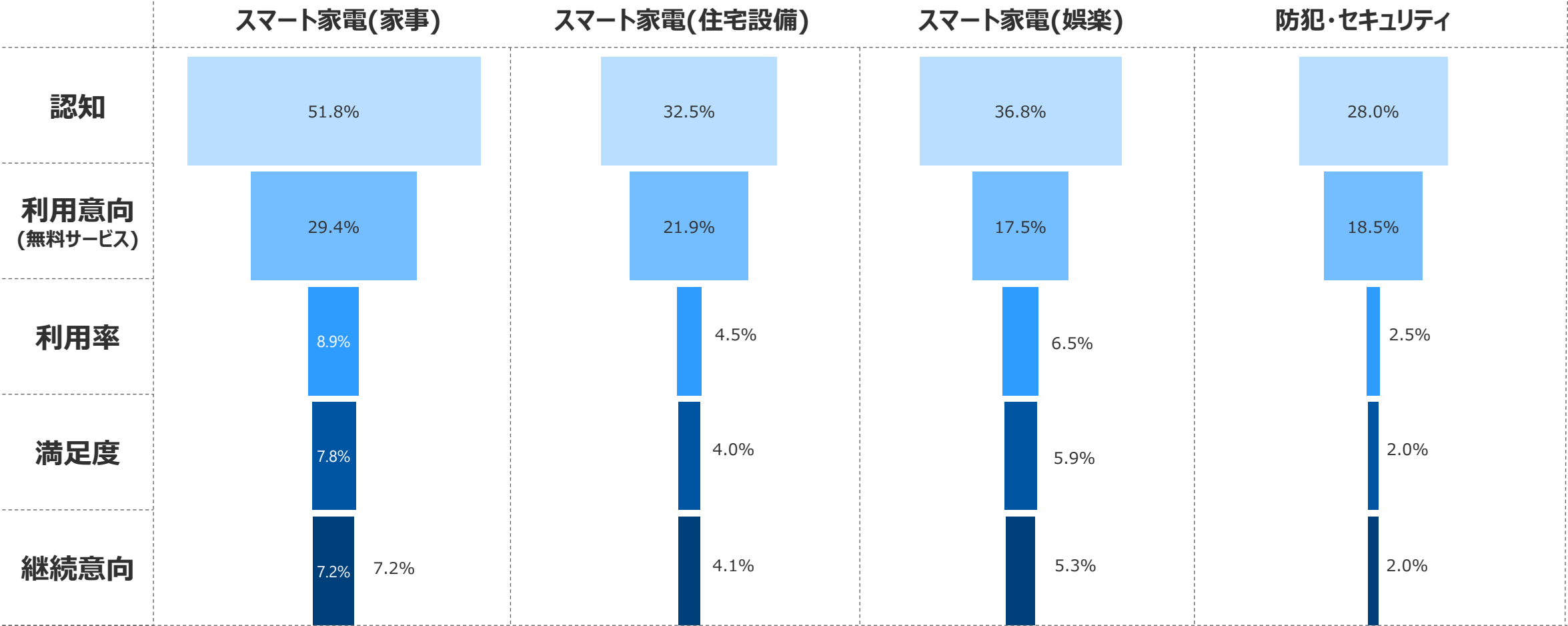
年代が低いほど継続意向は高い。
○：男性は女性に比べて継続意向が高い。
×：スマート家電(住宅設備)以外は、男性よりも女性の継続意向が低い。

認知から利用のハードル (利用率/認知率)

男性20代	37.8%
男性30代-40代	29.0%
男性50代-60代	19.6%
女性20代	27.9%
女性30代-40代	24.4%
女性50代-60代	17.5%



一般ユーザーのカテゴリ別のファネルは以下の通りである。



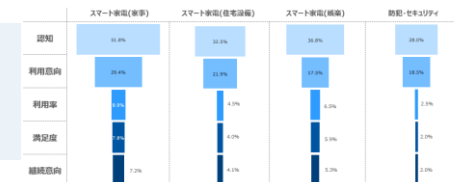


サマリ・カテゴリ別

JEITA

 一般社団法人
電子情報技術産業協会

スマートホーム普及への一般ユーザーのカテゴリ別のポイントは以下の通りである。



認知

カテゴリごとのデバイス認知では、28.0～51.8%とカテゴリにより認知率に差がある。
○スマート家電(家事)が最も高く51.8%。
× 防犯セキュリティが最も低く28.0%

利用意向

カテゴリごとの利用意向は、13.1%～23.2 %と10ポイントの差がある。
○スマート家電(家事)が23.2%と最も高い。
○ほぼ全てのカテゴリにおいて、利用者は、非利用者と比較して、利用意向は高い。

利用率

利用率は、スマート家電(家事)が8.9%と最も高い。
○スマート家電(家事)の中でも、特にロボット掃除機(6.1%)が高い。
×防犯・セキュリティは、男女ともに20代での利用率は高いが、カテゴリ全体では最も低い。

満足度

利用者の満足度は80.9%～90.9%であり、スマート家電(娯楽)が最も高い。
○スマート家電(娯楽)とスマート家電(住宅設備)はインターネットとの接続のしやすさへの満足度が高い。
×全体的に「消費電力」、及び、「初期設定」「ネットワークや機器連携」に不満を感じている。

継続意向

どのカテゴリも利用者の内、80%以上が継続意向を持っている。
○スマート家電(住宅設備)が89.9%と最も高い
×全てのカテゴリにおいて、消費電力に対する不安が高い。

利用率/認知率

スマート家電(家事)	17.2%
スマート家電(住宅設備)	13.9%
スマート家電(娯楽)	17.7%
防犯セキュリティ	8.9%



<補足> カテゴリ別のデバイス詳細

カテゴリ名	デバイス
防犯・セキュリティ	スマートロック(施錠) スマートセキュリティカメラ
スマート家電 (住宅設備)	スマートリモコン スマートライト スマート電動シャッター スマート宅配BOX スマート給湯器 スマートガスコンロ・スマートIHヒーター 太陽光発電機 & HEMSコントローラー スマート蓄電池
スマート家電 (家事)	スマート冷蔵庫 スマート洗濯機 スマートエアコン スマート電子レンジ・スマートオーブン・自動調理鍋・スマート炊飯器 ロボット掃除機 スマート空気清浄機
スマート家電 (娯楽)	スマートスピーカー・スマートディスプレイ スマートテレビ



	スマートホーム部会	P.1
	調査概要（目的）	P.7
	調査手法	P.11
	一般ユーザー調査	P.14
	住宅供給者調査	P.44
	調査から見た、課題と提言	P.59



本資料の名称	役割・立場
デベロッパー (不動産開発会社)	- 土地を仕入れ、建物を企画・開発・販売 - 建設会社に依頼して建物を建てる ▶ 住宅をつくる側
オーナー (所有者)	- 建物や部屋を所有し、入居者に貸す - 家賃収入を得る - 維持費や修繕費を負担 ▶ 住宅を 持つ側
管理会社	- 建物や共用部の清掃・修繕・管理 - 入居者対応・家賃管理 - 管理組合サポート（分譲の場合） ▶ オーナーの 代行・運営担当



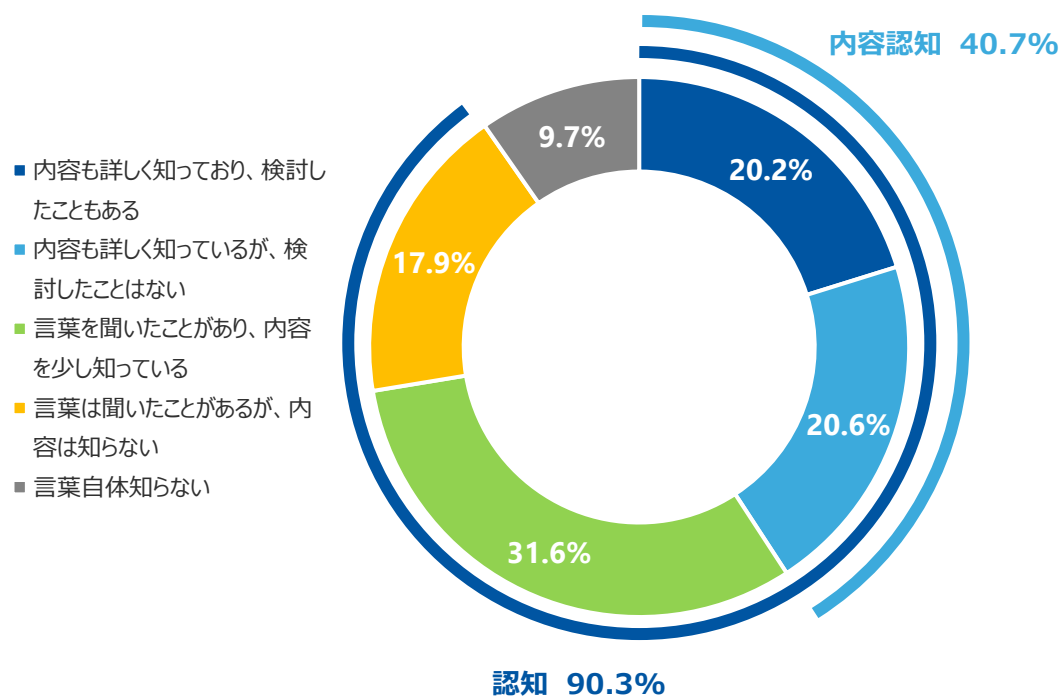
認知(内容認知)

認知率は全体で90.3%、内容まで理解している層は40.7%。属性別ではデベロッパーが94.8%と最も高い。

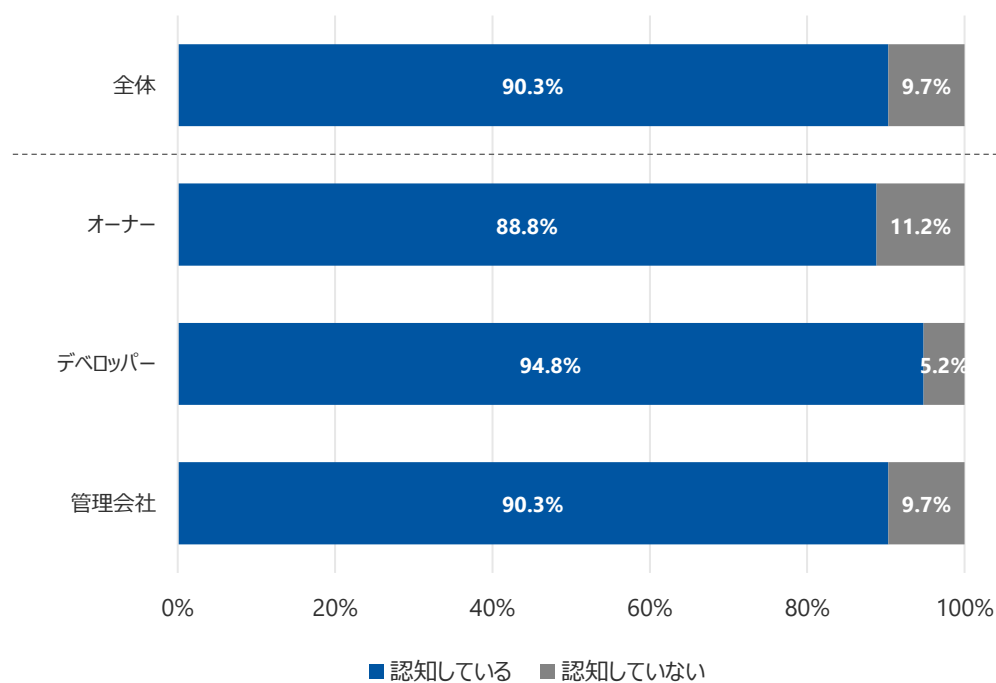
Q14 「スマートホーム」認知度 n=928(全員) オーナー464,デベロッパー155,管理会社309

あなたは、「スマートホーム」について、どの程度ご存じですか。検討について、保有または管理物件か、ご自宅かは問いません。

認知・全体



認知・属性別





関心度

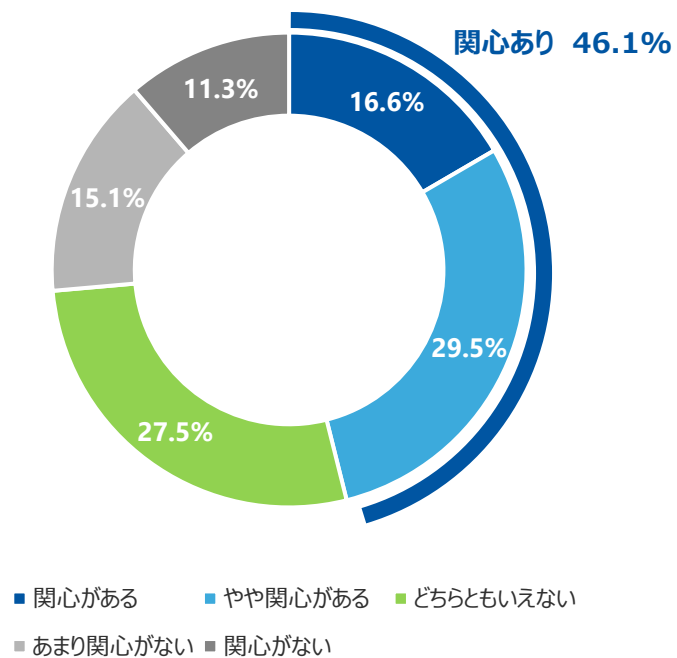
JEITA

 一般社団法人
電子情報技術産業協会

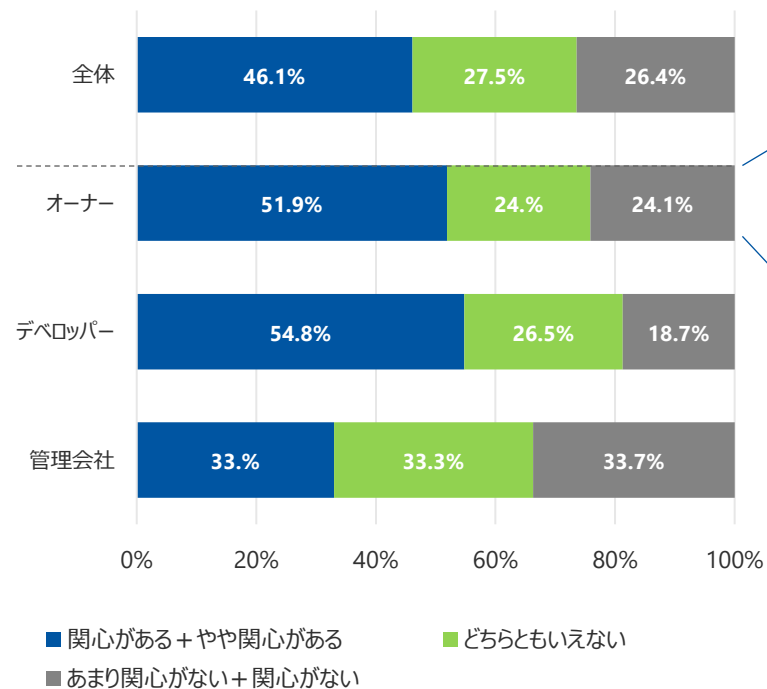
関心ありは全体で46.1%、属性別ではデベロッパーが54.8%と最も高く、次いで、オーナーの関心度が高い。特に、新築志向のオーナーの関心度は71.0%とデベロッパーよりも高い。

Q21 「スマートホーム」関心度 n=928(全員) オーナー464,デベロッパー155,管理会社309
スマートホーム/スマートホーム機器への関心について教えてください。

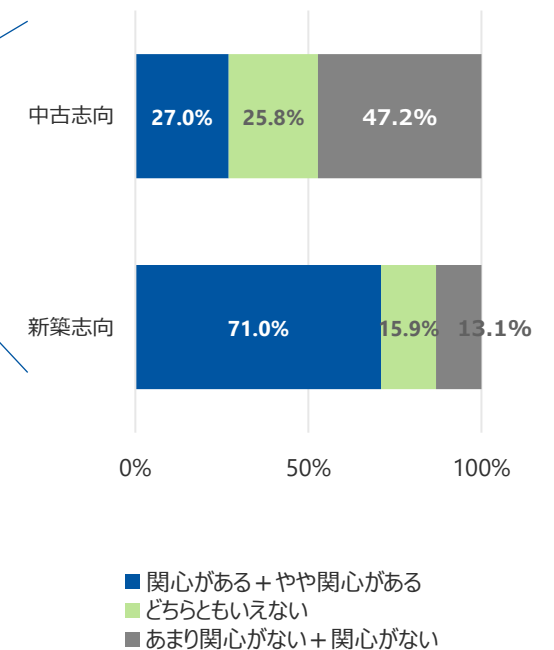
関心度・全体



関心度・属性別



関心度・新築中古志向別
(オーナー)



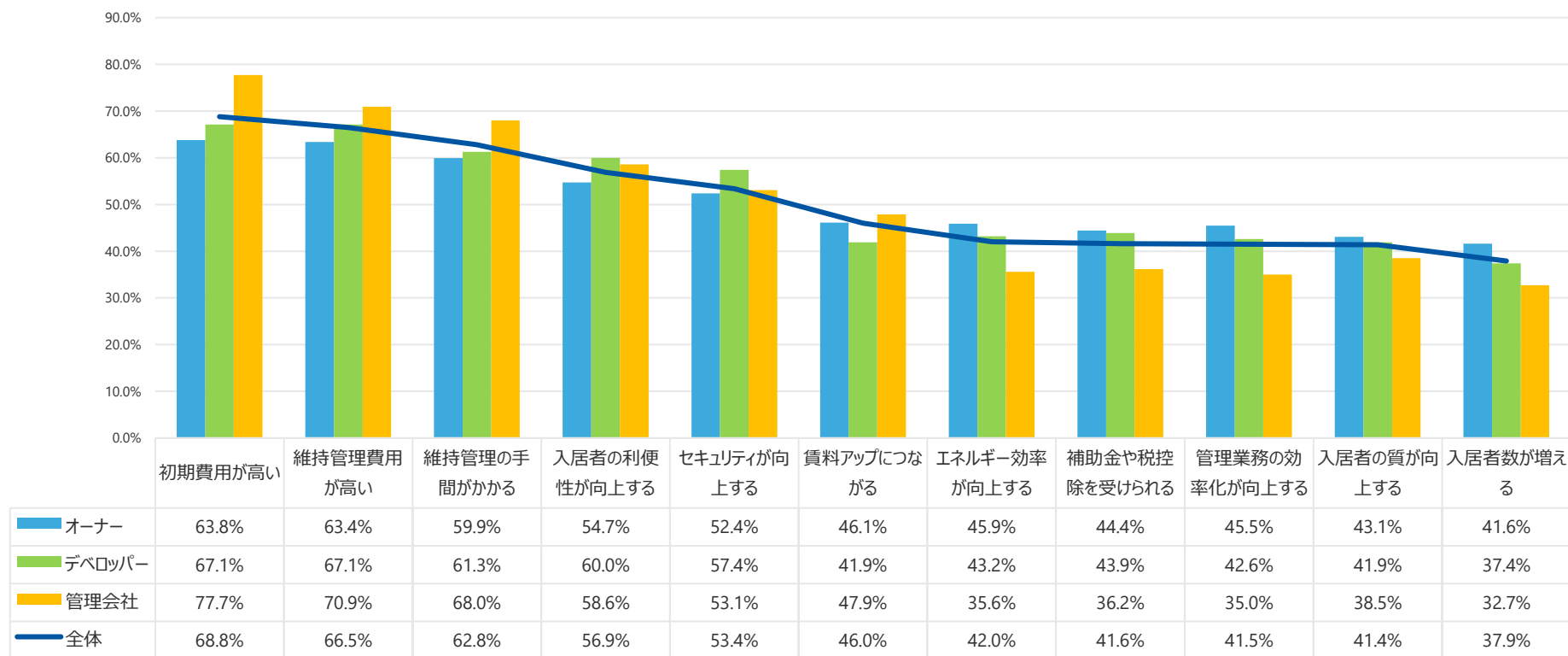


(参考)スマートホーム・機器のイメージ

オーナー・デベロッパー・管理会社ともに「初期費用が高い」「維持管理費用が高い」「維持管理の手間がかかる」が1,2,3位のイメージである。

Q22 スマートホーム・機器のイメージ n=928(オーナー464、デベロッパー155、管理会社309)

スマートホーム／スマートホーム機器のイメージについて教えてください。分からない場合もできるだけお気持ちに近いものを教えてください。





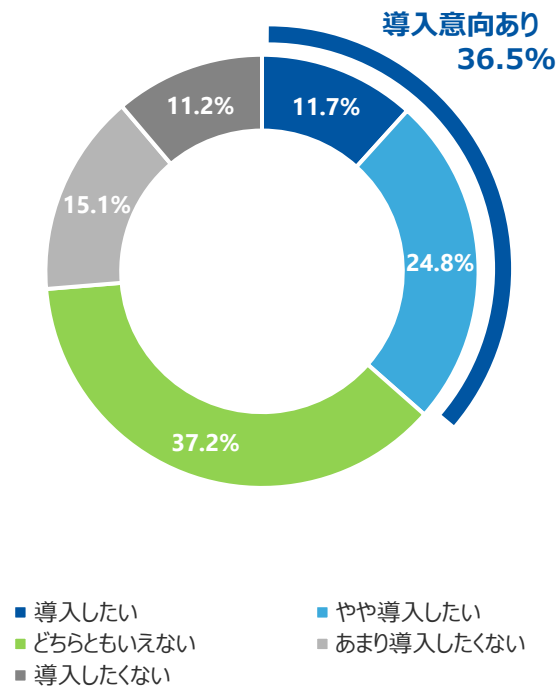
導入意向

スマートホーム化の導入意向は全体で36.5%であり、オーナーが45.7%で最も高い。関心のある46.1%に対して、その約8割が導入意向を持っており、入居者増、入居者の利便性に期待している。但し、「初期費用・維持管理費用などのコスト」と「維持管理の手間」に課題がある。

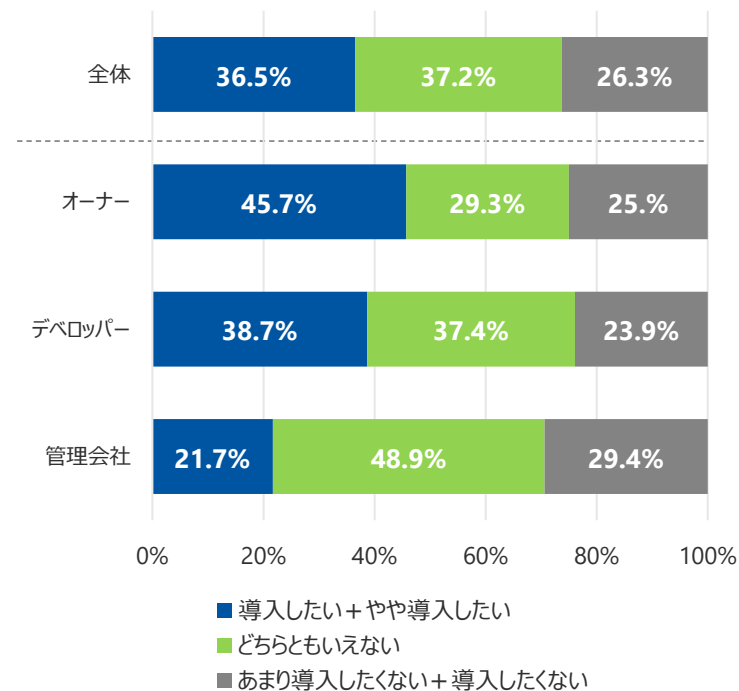
Q25 「スマートホーム」導入意向 n=928(全員) オーナー464,デベロッパー155,管理会社309

今後（も）スマートホーム/スマートホーム機器を、保有または管理物件の賃貸用マンション・アパートに導入（継続）したいかについて教えてください。

導入意向・全体



導入意向・属性別



Q22 「スマートホーム」イメージ n=928(全員) オーナー464,デベロッパー155,管理会社309

スマートホーム/スマートホーム機器のイメージについて教えてください。分からない場合もできるだけお気持ちに近いものを教えてください。

- ・ **オーナー**
+ 入居者数が増えそう
- ・ **デベロッパー**
+ 入居者の利便性向上 セキュリティが向上しそう
- ・ **管理会社**
+ 入居者の利便性向上

Q27 「スマートホーム」導入/継続意向無理由 n=244(導入意向なしベース) オーナー116,デベロッパー37,管理会社91

保有/管理物件で、スマートホーム/スマートホーム機器を、今後（も）導入（継続）したくない/ややしたくないと思った理由をすべて教えてください。

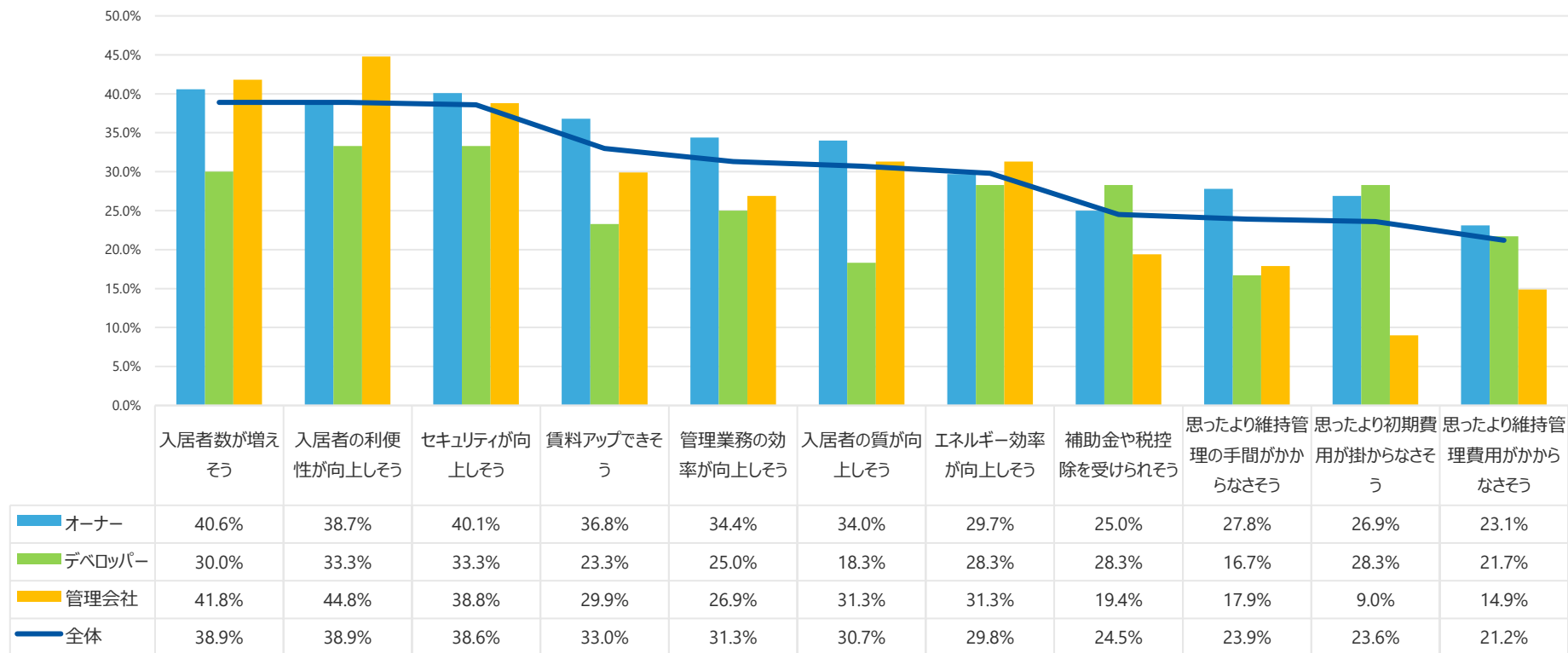
- ・ **オーナー**
- 初期費用が掛かりそう 維持管理費用が掛かりそう
維持管理の手間がかかりそう
- ・ **デベロッパー**
- 維持管理費用が掛かりそう 初期費用が掛かりそう
維持管理の手間がかかりそう
- ・ **管理会社**
- 初期費用が掛かりそう 維持管理の手間がかかりそう
維持管理費用が掛かりそう



(参考)スマートホーム・機器導入/継続意向有理由

スマートホームの導入/継続意向する理由として、オーナー・デベロッパー・管理会社は、「入居者数が増えそう」「入居者の利便性が向上しそう」「セキュリティが向上しそう」である。

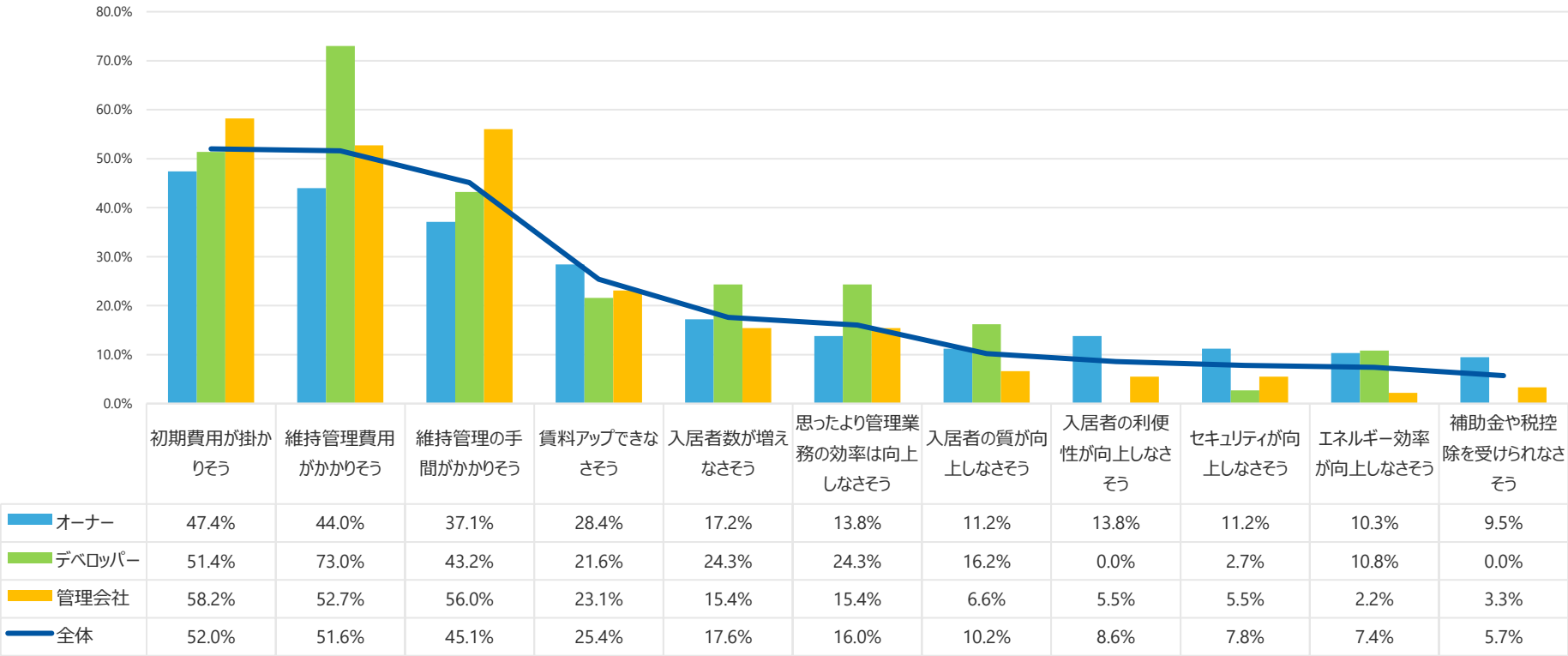
Q26 スマートホーム・機器導入/継続意向有理由 n=339(オーナー212、デベロッパー60、管理会社67) (スマートホーム導入意向有ベース)
保有/管理物件で、スマートホーム/スマートホーム機器を、今後(も)導入(継続)したい/やしたいと思った理由をすべて教えてください



 (参考)スマートホーム・機器導入/継続意向無理由

スマートホームの導入/継続意向しない理由として、オーナー・管理会社は、「初期費用が掛かりそう」。デベロッパーは、「維持管理費用がかかりそう」。

Q27 スマートホーム・機器導入/継続意向無理由 n=244(オーナー116、デベロッパー37、管理会社91) (スマートホーム導入意向無ベース)
保有／管理物件で、スマートホーム/スマートホーム機器を、今後（も）導入（継続）したくない／ややしたくないと思った理由をすべて教えてください





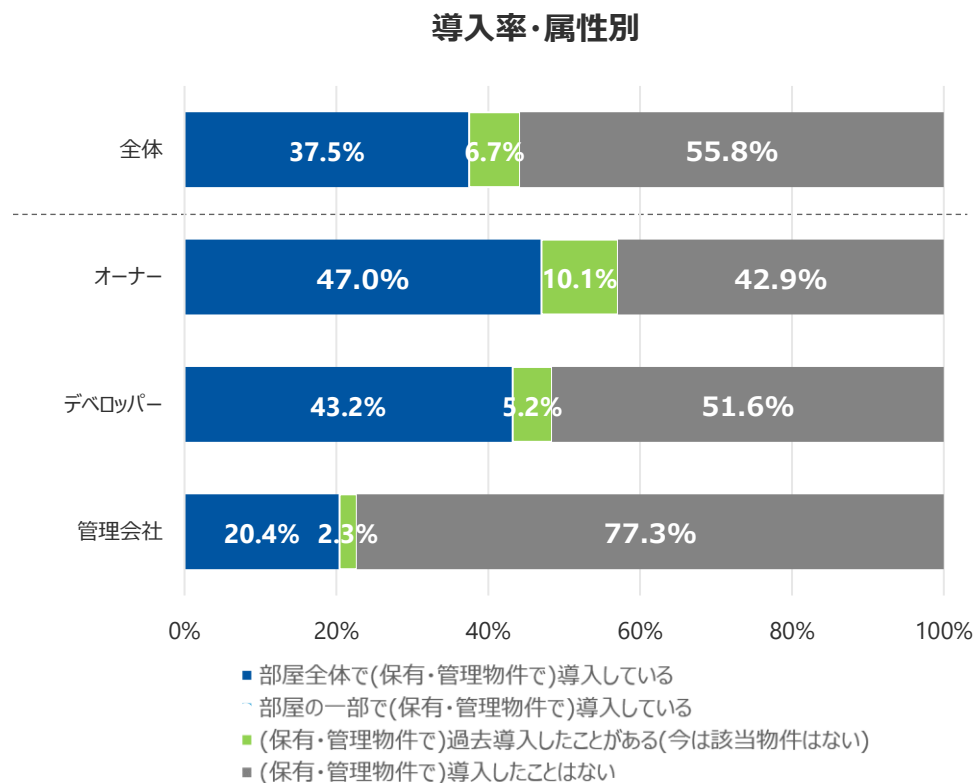
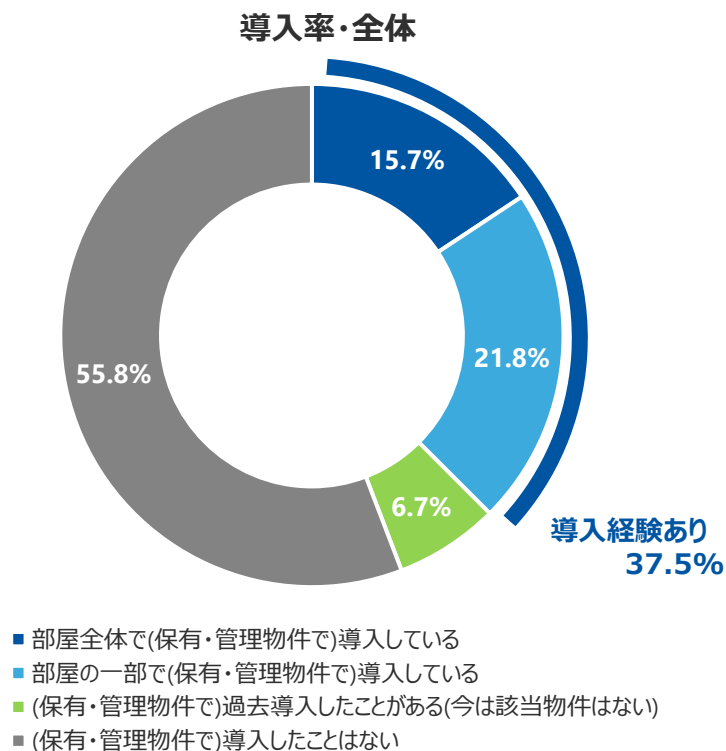
導入率(現在保有)

導入率(現在保有)は全体で37.5%であり、オーナーは47.0%と導入率が最も高い。

Q15 スマートホーム・機器保有 n=928(全員)

スマートホームやスマートホーム機器を、保有または管理物件で導入したことがありますか。また、ご自宅での導入経験もあわせて教えてください。

※保有・管理物件のうち、1棟でも部屋数・機能共に全体で導入している物件があれば「部屋全体で導入している」をお答えください。1棟の中の部屋全体での導入はなく、一部の部屋や一部の機能のみに導入している物件があれば「部屋の一部で導入している」をお答えください。 ※自宅を導入している方は、ご自宅内のすべての部屋・機能を導入しているか、一部の部屋や一部の機能のみに導入しているかでお考え下さい。 ※表示の項目をお答えください。





満足している点

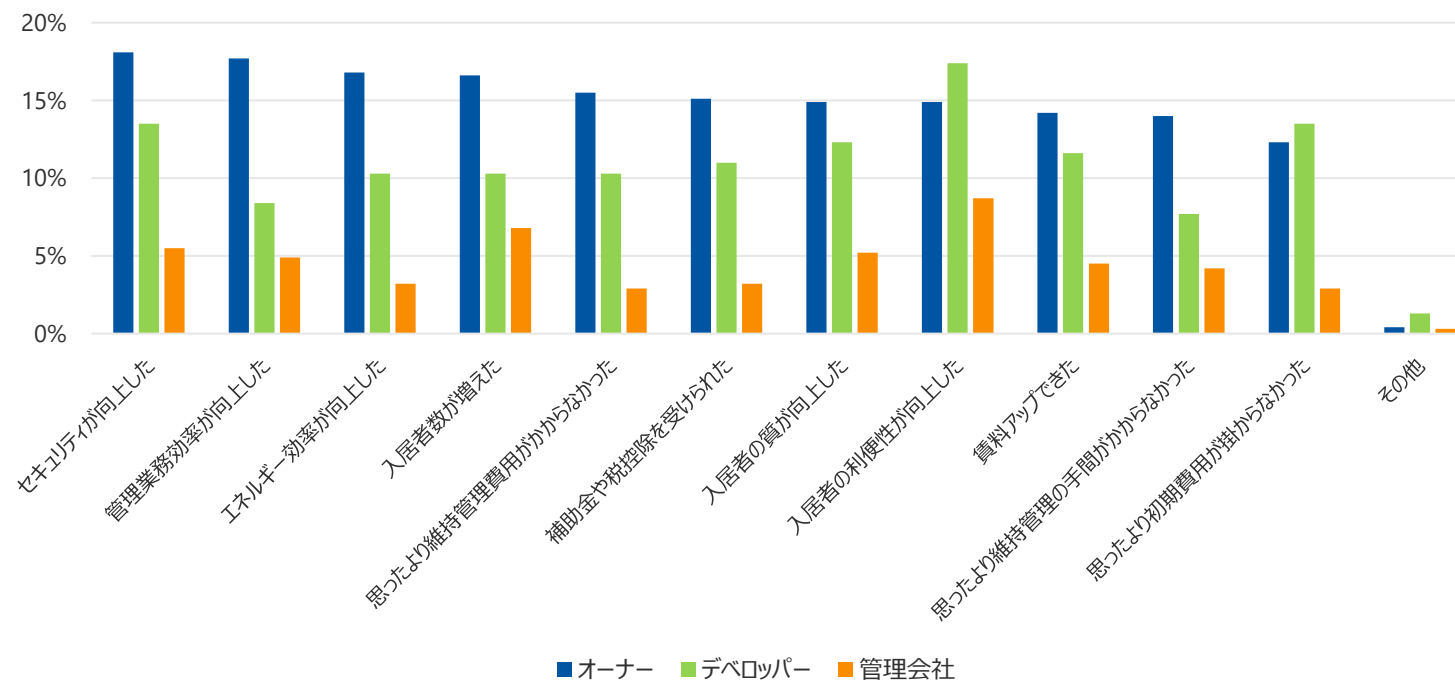
導入して満足している点として、オーナーは「セキュリティの向上」（18.1%）、デベロッパーは「入居者の利便性の向上」（17.4%）、管理会社も同じく「入居者の利便性の向上」（8.7%）が最も高い結果となり、機器導入/継続意向に満足している傾向が見えた。

Q19 スマートホーム導入して良かった点

良かった点すべて（いくつでも）n=410（導入経験有） オーナー265 デベロッパー75 管理会社70

入居者の利便性が向上した・セキュリティが向上した・入居者数が増えた・管理業務効率が向上した・入居者の質が向上した・エネルギー効率が向上した・賃料アップできた・補助金や税控除を受けられた・思ったより維持管理費用がかからなかった・思ったより維持管理の手間がかからなかった・思ったより初期費用がかからなかった

良かった点・属性別回答割合

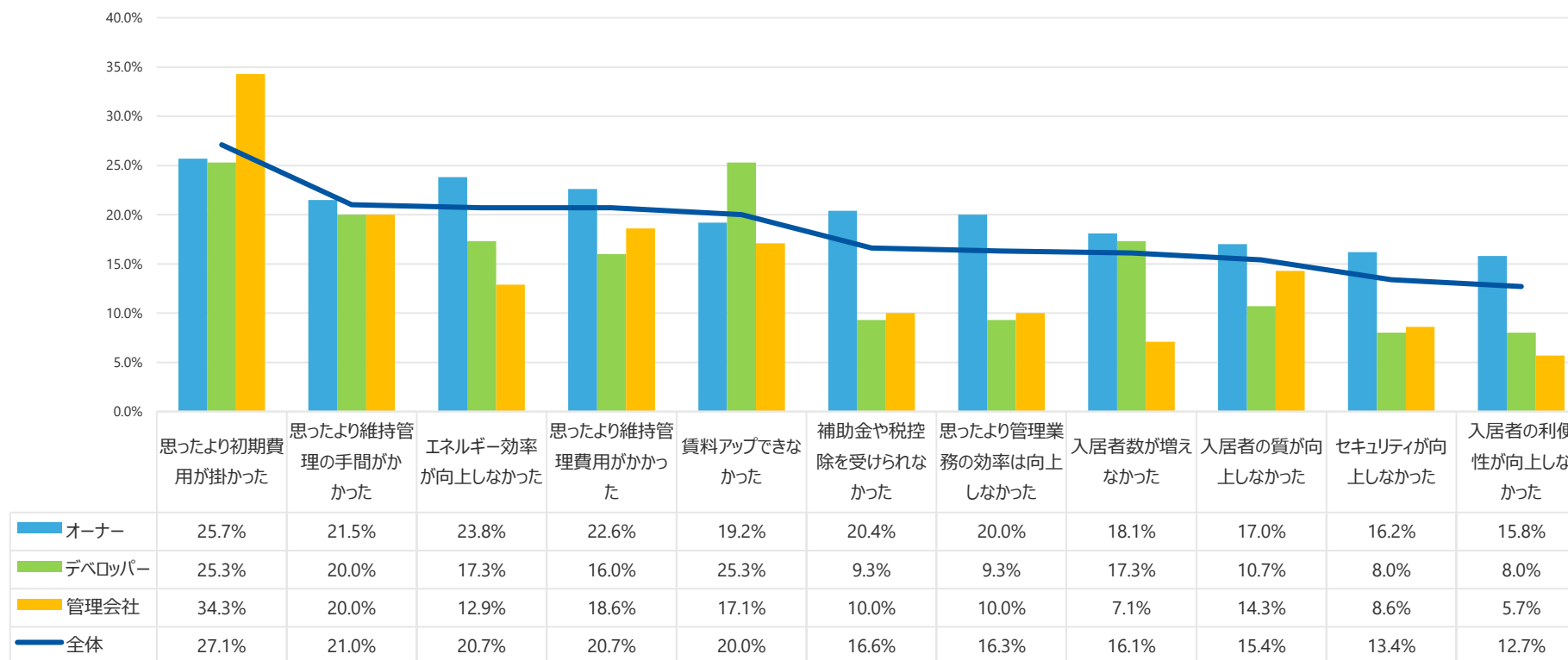




(参考)スマートホーム・スマートホーム機器を導入して悪かった点

導入に対する不満点として、オーナー・管理会社は、「思ったより初期費用が掛かった」、デベロッパーは、「思ったより初期費用が掛かった」「賃料アップできなかった」とあげている。

Q20 スマートホーム・機器を導入して悪かった点 n=410(オーナー265、デベロッパー75、管理会社70) (スマートホーム導入経験有ベース)
保有／管理物件で、スマートホーム／スマートホーム機器を導入して悪かった点を教えてください。





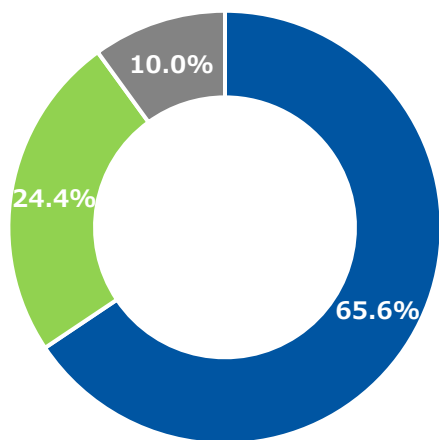
継続意向

導入経験した方の内、「継続したい」と回答した割合は65.6%。特に、オーナーは74.3%と最も高い。

Q25 スマートホーム導入/継続意向 n=410(Q15導入経験有ベース)

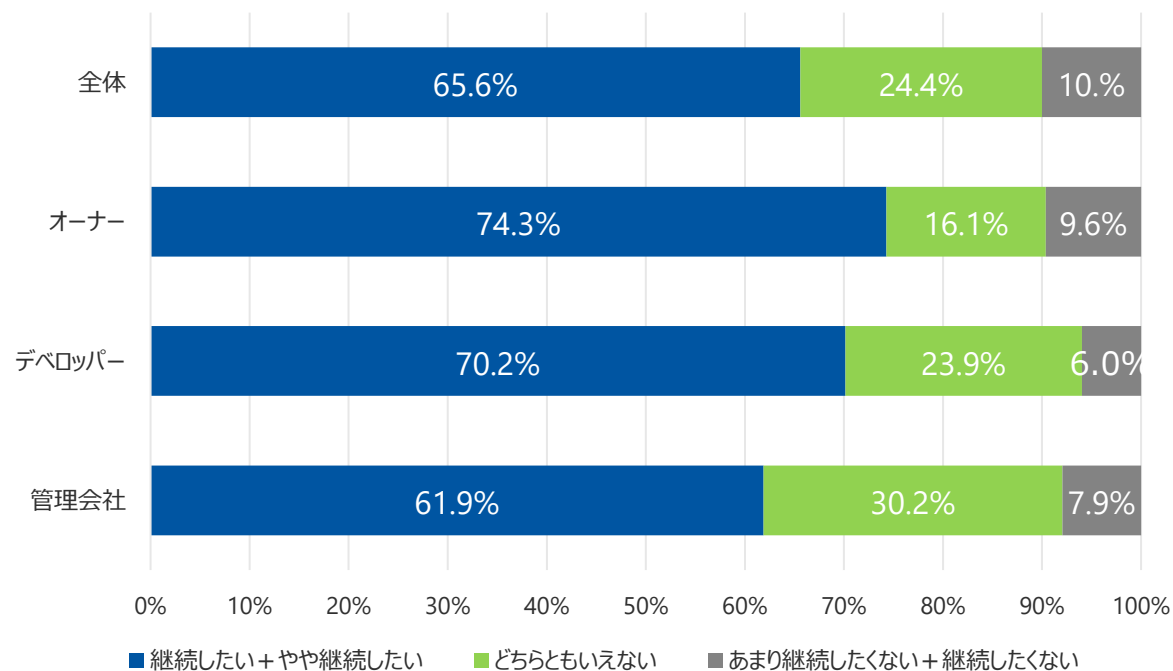
今後（も）スマートホーム/スマートホーム機器を、保有または管理物件の賃貸用マンション・アパートに導入（継続）したいかについて教えてください。

継続意向・全体



- 継続したい+やや継続したい
- どちらともいえない
- あまり継続したくない+継続したくない

継続意向・属性別



機器導入・継続意向理由

オーナー

1位 入居者が増えそう

デベロッパー

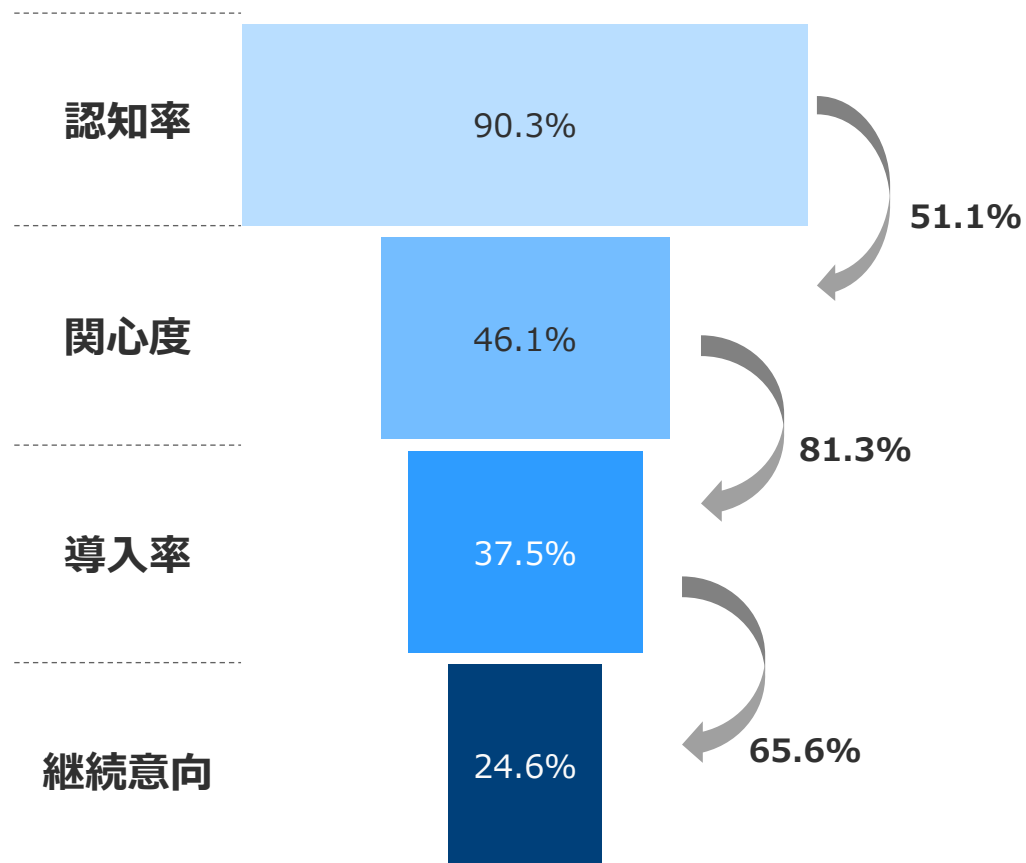
1位 入居者の利便性が向上しそう・
セキュリティが向上しそう

管理会社

1位 入居者の利便性が向上しそう



スマートホーム普及への住宅供給者の全体のポイントは以下の通りである。



認知率は全体で90.3%、内容まで理解している層は40.7%。
○：物件供給者は、一般ユーザーの認知率65.5%よりも高い。

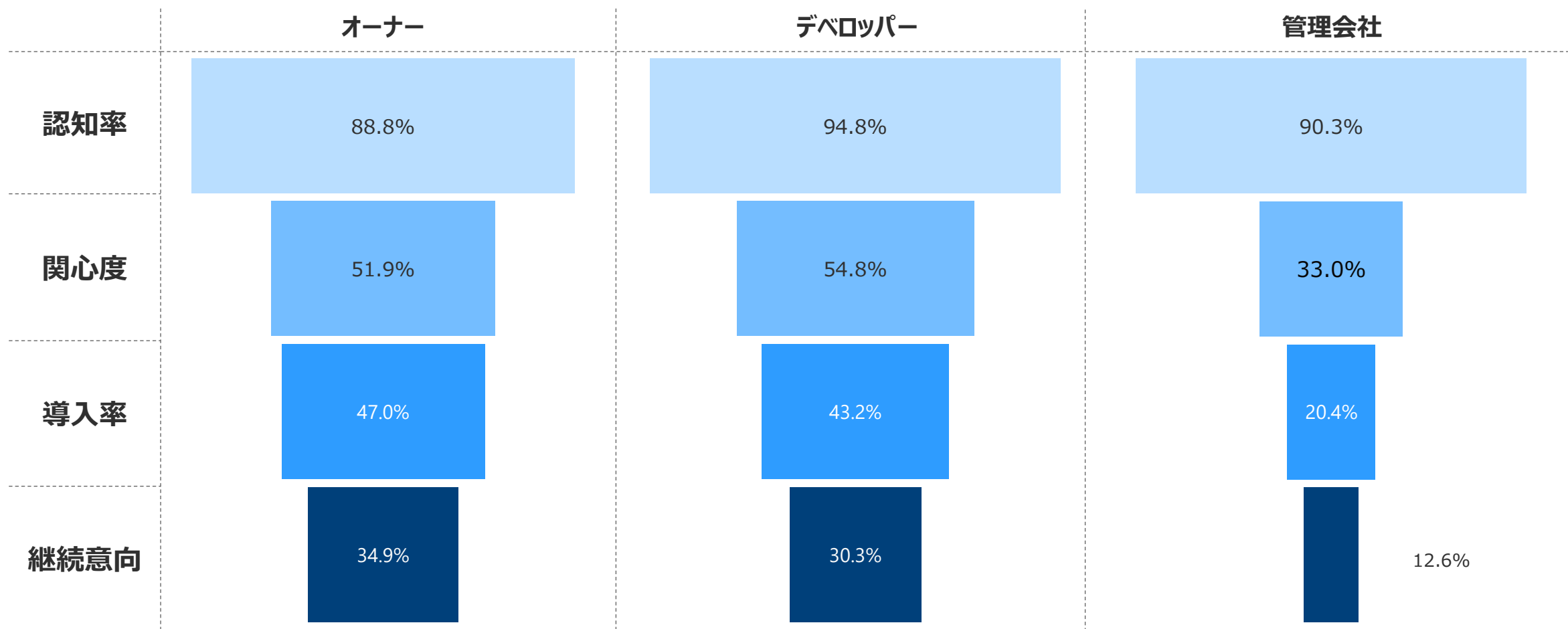
関心度46.1%、導入意向36.5%。
○：導入したい理由として、入居者増・セキュリティ向上・利便性向上が上位。
×：「初期費用・維持管理費用などのコスト」と「維持管理の手間」に懸念がある。

現在、導入している割合は37.5%であり、過去導入経験を含めると44.2%。
○：「セキュリティの向上」「入居者の利便性の向上」に満足している。
×：「思ったより初期費用が掛かった」「賃料アップできなかった」との不満がある。

今後も「継続したい」と回答した割合は65.6%。
○：「入居者の利便性が向上しそう」「セキュリティが向上しそう」に継続的に期待。
×：「初期費用・維持管理費用などのコスト」と「維持管理の手間」に懸念がある。



住宅供給者の属性別のファネルは以下の通りである。





サマリ・属性別

JEITA

一般社団法人
電子情報技術産業協会

スマートホーム普及への住宅供給者の属性別のポイントは以下の通りである。

認知

デベロッパー、管理会社、オーナーの順に認知度が高い。
○：デベロッパーは94.3%、オーナーも88.8%認知率は高い。

関心・
導入意向

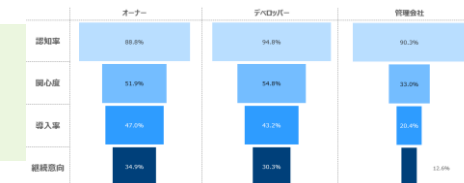
関心度はデベロッパー、オーナー、次いで、管理会社の順に関心度が高い。
○：特に新築志向のオーナーは71.0%とデベロッパーよりも関心が高い。
×：管理会社は33.0%と最も関心が低い。

導入率

導入率は、オーナー、デベロッパーが高く、管理会社は20.4%と最も低い。
○：オーナーは、過去導入も含めると57.1%が導入した経験がある。
×：管理会社は「初期費用」「維持管理費用」に懸念を感じている。

継続意向

オーナーは導入経験した方の74.3%が継続意向がある。
○：デベロッパー70.2%、管理会社61.9%と全体的に継続意向は高い。
×：「初期費用・維持管理費用などのコスト」と「維持管理の手間」が課題。



スマートホーム懸念点

Q24スマートホーム懸念点
n=928(全員回答ベース)

オーナー

- 1位 維持管理費用が掛かりそう(36.9%)
- 2位 初期費用が掛かりそう(35.1%)
- 3位 維持管理の手間がかかりそう(32.3%)

デベロッパー

- 1位 維持管理費用が掛かりそう(47.7%)
- 2位 初期費用が掛かりそう(45.2%)
- 3位 維持管理の手間がかかりそう(40.0%)

管理会社

- 1位 維持管理費用が掛かりそう(53.1%)
- 2位 初期費用が掛かりそう(49.8%)
- 3位 維持管理の手間がかかりそう(43.0%)



	スマートホーム部会	P.1
	調査概要（目的）	P.7
	調査手法	P.11
	一般ユーザー調査	P.14
	住宅供給者調査	P.44
	調査から見た、課題と提言	P.59

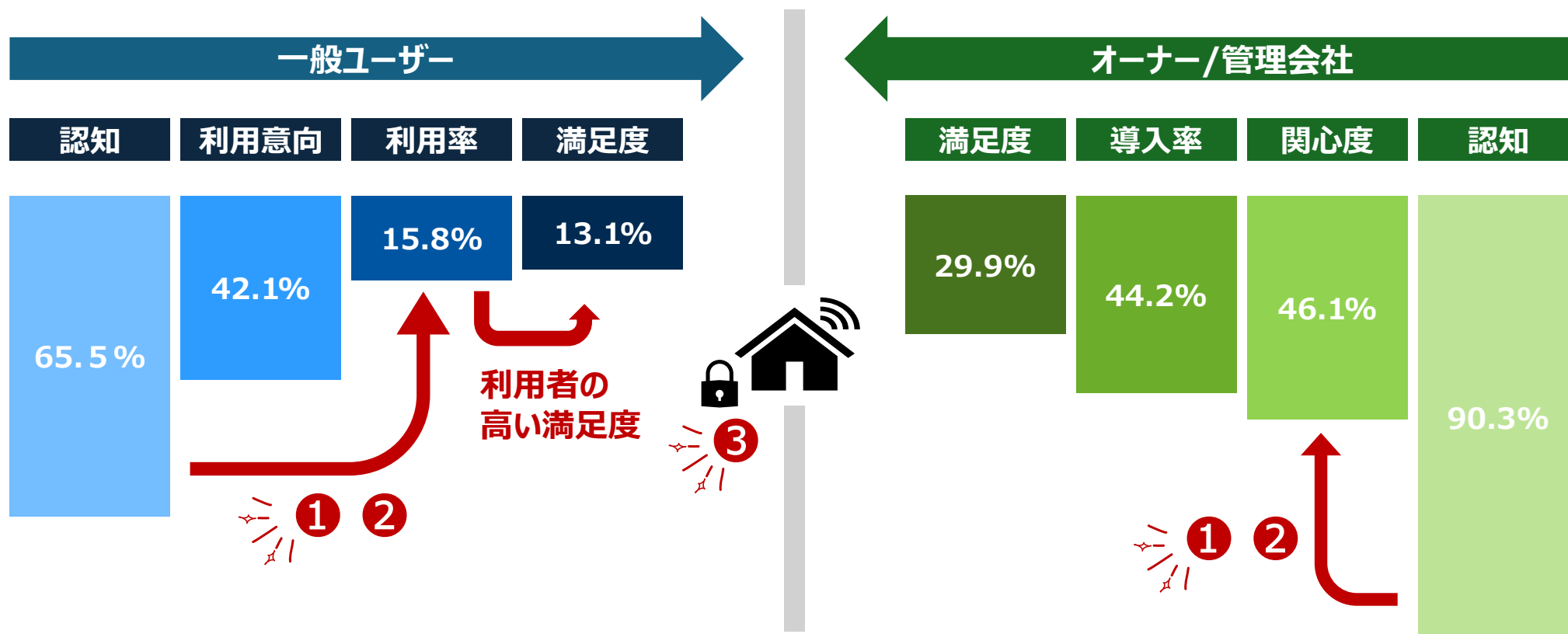


調査結果の整理

JEITA

一般社団法人
電子情報技術産業協会

一般ユーザーと不動産供給者(オーナー/管理会社/デベロッパー)のそれぞれのスマートホームに対する意識を各ファネルごとに可視化した結果、「価値認識」「設置」「安心・安全意識」という3つの共通した壁が判明した。



①「価値認識」の壁
(価値判断をうながす知識・経験)

③設置における「先入意識」の壁
(セキュリティ・プライバシー情報管理)

②「安心・安全意識」の壁
(初期設定・デバイス接続)



調査データの考察から、ユーザーはスマートホーム導入に対して“さまざまな不安意識”を抱えていることがうかがえる。
導入に対する不安要素を整理すると、主に3つの方向性（障壁）に大別される。

①「価値認識」の壁 (価値判断をうながす知識・経験)

- ・言葉は知っているけれど・・・スマートホーム機器って何が良いの？ 何ができるの？（メリットは？）
- ・生活がどのように変わるの？ イメージが沸かないなあ・・・。
- ・操作が難しそう。使いこなせるかな？ ・使ったことが無いから・・・良く分からない。
- ・値段が高いのでは？（コストパフォーマンスが悪そう） ・まだまだ限られた人のためのシステムだよね・・・。

②設置における 「先入意識」の壁 (初期設定・デバイス接続)

- ・専門知識は無いし、詳しくないけれど・・・自分で設置できるだろうか？
- ・インターネットの接続（設定）が難しそう・・・。 ・メンテナンスが必要なんですよ？
- ・知識がある人しか使いこなせないんですよ？ ・壊れたら（動作しなくなったら）どうしよう・・・。

③「安心・安全意識」の壁 (セキュリティ・プライバシー情報管理)

- ・プライバシー情報（生活データ）が悪用されるのでは？ 不安だなあ・・・。
- ・生活状況が常に監視（覗かれている）されてしまうの？ それは嫌だなあ・・・。
- ・電気代（消費電力）が増えそうだなあ。 ・安心して使える機器はどれ？

スマートホーム市場の拡大には、各々のユーザーが抱える“さまざまな不安意識”に対する「多面的アプローチ」が必要と考える。
特に価値認識を高める 機会創出（情報・体験）や、正確な情報提供による「誤認意識の希薄化」がポイントではないか？

<不安要素（3つの壁）>

「価値認識」

- ・未経験ゆえの不安要素（メリット、難しそう、コスパ等）が潜在しており、ストッパーとなっているのではないか？

⇒ 正しい知識・価値啓発の推進とあわせ、
利用機会の創出が必要（既使用者リピート意向が高）

施策例

- ・「体験スペース・イベント」による接触機会提供、価値啓発活動の推進。
- ・スマートアパートメントの提案による市場創出、と接触機会の創出。
- ・社会課題解決型の訴求。（防犯、高齢者等）

設置における 「先入意識」

- ・使用には専門知識が必要、未だ特定ユーザー向けのカテゴリある等、先入意識や誤解が根強いようだ。
- ・システム構成（多者構造・多様な接続仕様）により、導入時に苦勞するケースも散見される。

⇒ 導入時のサポート環境整備、ユーザー負担の軽減が必要。

- ・インストーラー（初期設定事業者）の育成。
- ・設定サポートページの充実。（AI活用 等）
- ・機器マターの改善による環境整備推進。
（回線からデバイスまでの接続基準、責任分界点、技術仕様 等）

「安心・安全意識」

- ・セキュリティ意識が徐々に浸透している社会環境下により、プライバシー侵害・監視・データ漏洩 等に繋がらないか・・・というイメージ先行型の懸念を有するユーザーが多いようだ。

⇒ 正しい知識の訴求を通じ「安全性」への理解促進が必要。
また、安全性を視覚的に訴える工夫が望まれる。

- ・正確な情報啓発。
- ・販売/導入側への理解促進。
（研修/資格制度の導入 等）
- ・JC-STARによる安心訴求、安全視覚化。
- ・量販店/ECサイトによるユーザー目線での訴求。



「多面的アプローチ」コンポーネント例（ターゲット/ 目的別）

		「価値認識」	設置における 「先入意識」	「安心・安全意識」
エンドユーザー	家族 	- ホームセキュリティ/ 帰宅確認 - サイバーセキュリティ対策 - ゆとり捻出・時短支援（家事全般）	- 超かんたん接続仕様/ 規格化 - 低コストサービス訴求 - 設置/設定おまかせサービス訴求	- 見られていない見守り - 危険があったときだけ通知 - 健康把握、注意喚起
	高齢者 	- 生活サポート・アシスト用途の訴求 - 近隣/ 家族との生活状況共有 - 熱中症対策（自動エアコンON）	- 設置/ 設定おまかせサービス訴求 - 簡単設置商材（工事不要） - わかりやすい管理システム	- 見られていない見守り - フレイル予防管理 - 転倒など事故検出規格化
	カーボンニュートラル 	- 消費電力制御 - DR制御対応 - 連携運転による光熱費制御	- 高消費電力機器の制御 - 電力可視化/ 電力使用量通知 - 自動DR制御仕様対応	- 電力設定範囲内制御 - サイバーセキュリティ対策 - WBGT対応温度制御
企業	インストーラー 	- ターゲット別 訴求提案の公開 - イベント・キャンペーン周知	- 設定標準化の策定 - 各種規格の設置設定ツール	- サイバーセキュリティ説明会 - 設定資格の制定



「価値認識」

高まる社会課題意識に対する提案・価値喚起

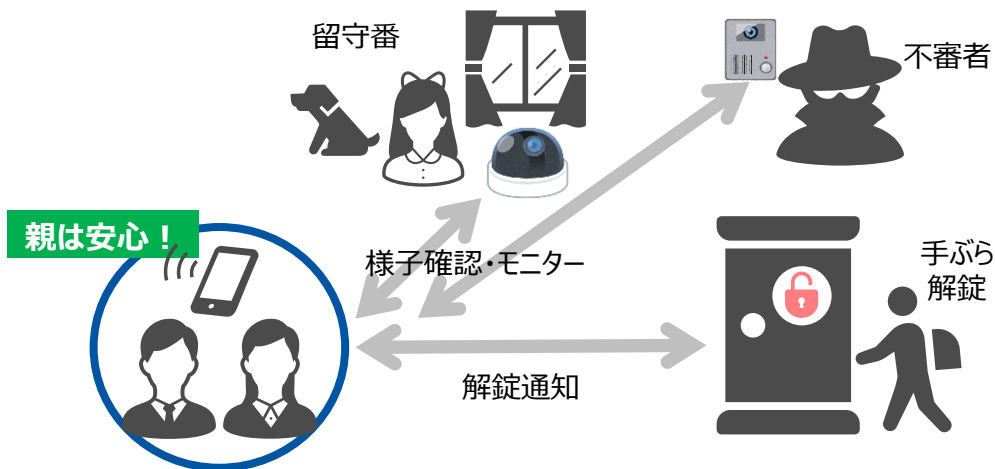
社会課題解決型のアプローチ・活用方法の訴求（防犯、見守り等）

- スマートホームデバイス利用者には、「一度使うと手放せない」という利用者も多く、利用のきっかけ作りが必要と考える。
- 「便利」「快適」のみならず、ユーザーの関心が高い社会課題に対する「解決型の利用価値」を提示することで、利用機会の創出を図る。

「防犯」や「見守り」など、社会課題をキーワードとした“課題解決型の活用提案”による価値意識向上。

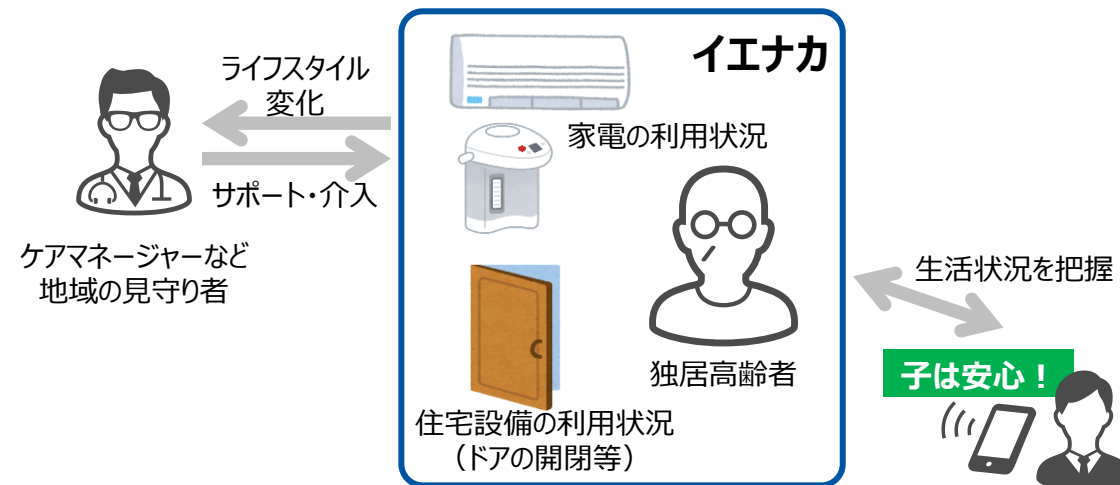
■「子ども・ペットの見守り」、「防犯」への活用訴求として

- ・ スマートロックによる子どもの帰宅確認、手ぶら解錠で子どもの鍵紛失防止
- ・ スマートカメラによる子ども・ペットの在宅状況を確認/会話
- ・ スマートインターホンによる遠隔モニター/応答 → 外出時の防犯対策



■独居高齢者の見守りに活用することで、安心の提供

- ・ 家電利用による生存確認（動態データによる見守りサポート）
- ・ 生活家電の利用状況（ライフスタイル）変化によるQoL低下把握





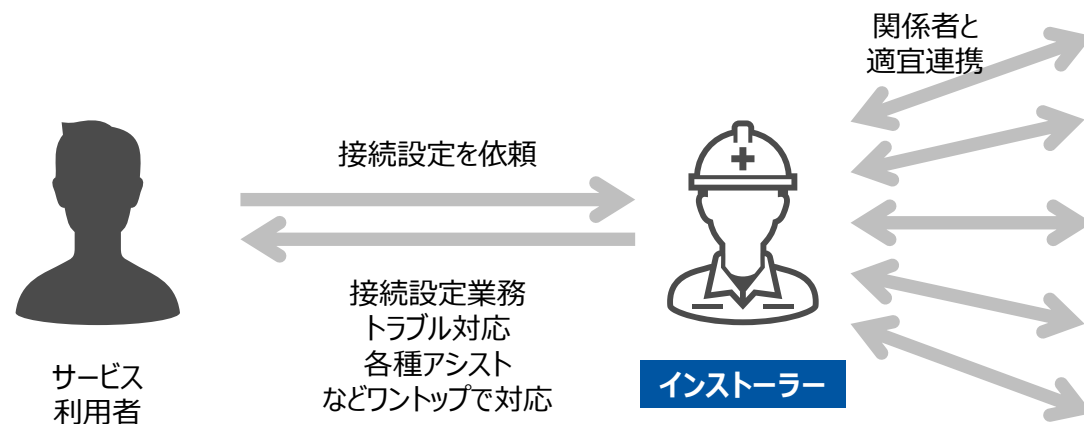
設置における 「潜入意識」

導入時のサポート環境整備促進による不安低減

ワンストップで接続設定を任せられる「インストーラーの育成」

- 「デバイス導入が難しそう」との先入観から利用をためらうユーザー 意識を軽減し、初期導入ハードル（負担）の軽減化を図る取り組みが必要。
- 導入後のトラブル発生時には、関係事業者が多岐に渡るため対応・対処が複雑化。状況にワンストップで対応できる存在が望まれる。
- 関係事業者同士の責任分界が曖昧となりがちであり、グレーゾーンを横断的に取り持つ存在が、関係事業者・利用者 双方にとって必要。

責任分界が不明確になりがちな業界環境に対応し、設置設定・アフターフォローをワンストップで任せられるインストーラーを育成



関係者例





「安心・安全 意識」

セキュリティ要件適合評価およびラベリング制度

「JC-STAR」による“安心”と“安全”の視覚化と、ユーザーへの認知啓発

- 生活者視点による多面的コミュニケーションに加え、正しい知識の訴求を通じた「安全性」への理解促進が肝要と考える。
スマートホーム（IoT機器）が生活にもたらす利便性に多くのユーザーが魅力を感じている反面、「プライバシー侵害・監視・データ漏洩 等」に繋がらないか？という不安や懸念を有するユーザーも多く見受けられます。これは近年急増している IoT機器を狙ったサイバー攻撃報道などを受け、セキュリティ意識が徐々に高まっている社会環境下におけるイメージ先行型の不安が一因と考えられる。
- 機器の導入・検討に際し判断をサポートする、安全性を視覚的に訴える工夫が望まれる。
消費者（機器調達者）が 導入を検討する際に“製品の外見や仕様からセキュリティ対策の有無を判断”することは困難であり、専門知識の知見不足に不安を抱いているケースも多いと推察される。

制度の活用と業界横断的PRにより、「製品のセキュリティ対策」と「より安全・安全な製品チョイス」を消費者へアピール可能に。



- 「JC-STAR」はインターネットに接続するIoT製品のセキュリティレベルを★の数で可視化する日本で公的に整備された製品評価制度です。経済産業省の方針に基づき、既にIPA（情報処理推進機構）による制度運営が開始されており、関連機器メーカー各社によるラベル取得が進んでいる。

※IPA:JC-STAR活用に向けた取り組み <https://www.ipa.go.jp/security/jc-star/leverage.html>

このラベリング制度により、IoT機器の導入を検討しているユーザーは専門知識の有無にかかわらず、認証ラベルを目印に機器を選ぶことで“必要レベルに応じたセキュリティ環境の確保”が可能。加えて、利用期間中のアップデート体制を明確化することで「継続的な安心 の提供」を図ることも目的とされている。

※JC-STAR（セキュリティ要件適合評価およびラベリング制度）：2025年3月25日より運営開始。



企画・制作

JEITA スマートホーム部会 普及啓発ワーキンググループ
コネクティッドホーム アライアンス
電通 データ・テクノロジーセンター

※本レポートは、JEITA会員企業向けに提供しております。
レポート利用をご希望される方は、JEITA スマートホーム部会 普及啓発WGまでご連絡ください。