

ジーコム独自調査レポート NO.173

スマート家電の 利用実態

福岡県居住者の「スマート家電」に関する調査

2023年12月

Research & Consulting
G:COM
株式会社ジーコム

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳～79歳の男女

3. 調査時期

2023年9月15日（金）～9月22日（金）

4. 調査規模

467サンプル

5. 標本構成

■性	件数	構成比(%)
男性	181	38.8
女性	286	61.2
全体	467	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	16	3.4
30代	80	17.1
40代	97	20.8
50代	100	21.4
60代	109	23.3
70代	65	13.9
全体	467	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	119	25.5
公務員	14	3.0
団体職員・病院勤務	11	2.4
経営者・会社役員	9	1.9
派遣社員・契約社員	39	8.4
商工自営	21	4.5
農林漁業	0	0.0
自由業	9	1.9
学生	4	0.9
パート・アルバイト	76	16.3
専業主婦(主夫)	102	21.8
無職	62	13.3
その他	1	0.2
全体	467	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市内	248	53.1
市外都市圏	99	21.2
その他福岡県	120	25.7
全体	467	100.0

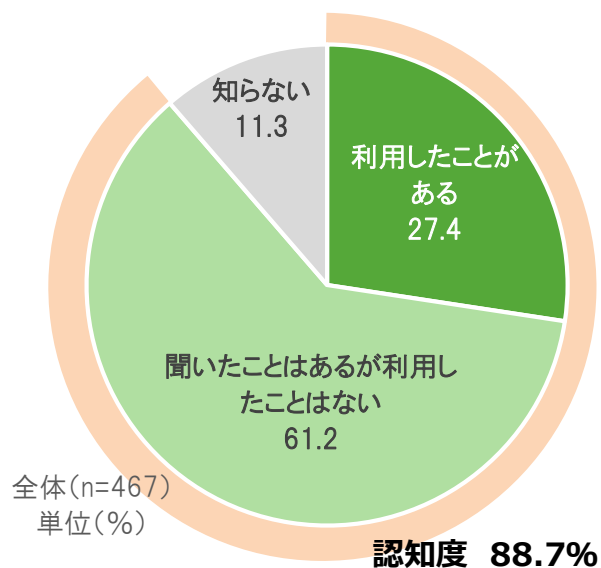
■ライフステージ	件数	構成比(%)
独身	124	26.6
既婚・子どもなし	87	18.6
既婚・子どもが小学生以下	54	11.6
既婚・子どもが中学生以上で扶養	148	31.7
既婚・子育て終了	54	11.6
全体	467	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

- スマート家電の認知度は約9割（88.7%）に及ぶが、利用経験はその3分の1程度の27.4%である。
- 40・50代や分譲マンション居住層は認知度が9割を超える。利用経験は持家戸建て層の割合がやや高い。

◆スマート家電の認知および利用状況（単一回答）

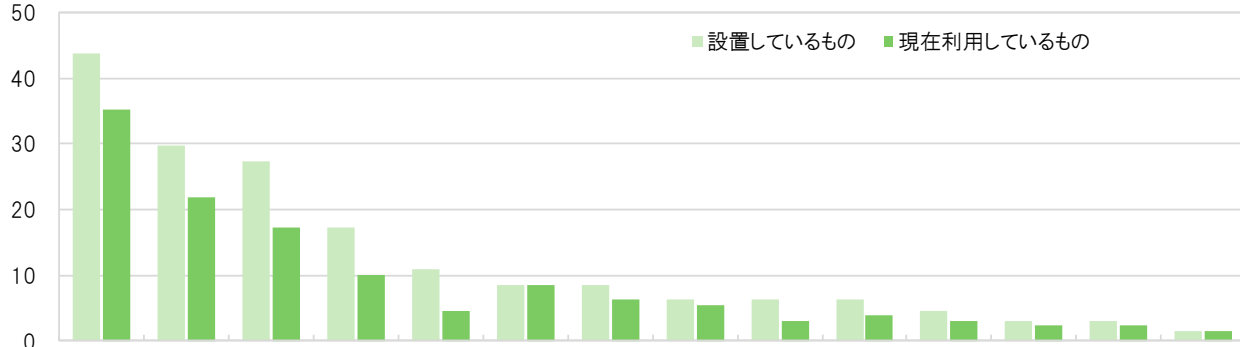


		調査数	利用したことがある	聞いたことはあるが利用したことはない	知らない	認知度
			【%】	【%】	【%】	【%】
全体		467	27.4	61.2	11.3	88.7
年代別	20・30代	96	29.2	54.2	16.7	83.3
	40・50代	197	28.9	62.4	8.6	91.4
	60代以上	174	24.7	63.8	11.5	88.5
住居形態別	持家戸建て	159	33.3	53.5	13.2	86.8
	分譲マンション	113	27.4	63.7	8.8	91.2
	賃貸	134	24.6	63.4	11.9	88.1

* 認知度 = 「利用したことがある」+「聞いたことはあるが利用したことはない」

- 利用経験層において設置率が高い機器は、「スマートスピーカー」43.8%、「テレビ・プロジェクター」29.7%、「エアコン・扇風機・空気清浄機」27.3%の順となっており、現在利用率の順位も同様である。
- 設置家電のうち、活用率が高いのは「IPカメラ」「スマートプラグ」「スマートスピーカー」で目的性や汎用性が高い機器で継続活用されているようだ。
- 一方、「スマートリモコン」「スマートライト」「冷蔵庫」の活用率は他に比べて低い。

◆ 利用しているスマート家電の種類（複数回答）



	スマートスピーカー	テレビ・プロジェクター	空気清浄機・エアコン・扇風機	スマートリモコン	スマートライト	IPカメラ	キッチン機器	スマートプラグ	冷蔵庫	掃除機	スマートロック	スマートセンサー	洗濯機	その他	特にない	利用率
全体(n=128)																
設置しているもの	43.8	29.7	27.3	17.2	10.9	8.6	8.6	6.3	6.3	6.3	4.7	3.1	3.1	1.6	-	
現在利用しているもの	35.2	21.9	17.2	10.2	4.7	8.6	6.3	5.5	3.1	3.9	3.1	2.3	2.3	1.6	22.7	77.3
活用率(利用/設置)	80.4	73.7	62.9	59.1	42.9	100.0	72.7	87.5	50.0	62.5	66.7	75.0	75.0	100.0		

* 利用率 = 100% - 「特にない」

* 「テレビ・プロジェクター」「エアコン・扇風機・空気清浄機」「キッチン機器」「冷蔵庫」「掃除機」「洗濯機」は「スマホやネットにつながっているもの」と注釈して聴取

- 「スマートスピーカー」は、いずれの年代、住居形態においても設置率および利用率が最も高い。
- 「テレビ・プロジェクター」は、年代では30代以下と60代以上、住居形態では持家、賃貸ともに設置率が3割強と高いが、利用率ではいずれの層も3割に及ばない。
- 「エアコン・扇風機・空気清浄機」は、50代以下や賃貸居住層で設置率が高い。

◆スマート家電の設置および利用状況（複数回答） * 30%以上にピンクで網掛け

設置しているもの

		調査数	スマートスピーカー	テレビ・プロジェクター	エアコン・扇風機・空気清浄機	スマートリモコン	スマートライト	IPカメラ	キッチン機器	スマートプラグ	冷蔵庫	掃除機	スマートロック	スマートセンサー	洗濯機	その他	特にない	【%】
全体		128	43.8	29.7	27.3	17.2	10.9	8.6	8.6	6.3	6.3	6.3	4.7	3.1	3.1	1.6	-	
年代別	20・30代	28	35.7	32.1	35.7	14.3	10.7	-	17.9	3.6	3.6	7.1	3.6	3.6	-	3.6	-	
	40・50代	57	52.6	22.8	33.3	24.6	14.0	10.5	5.3	8.8	7.0	7.0	5.3	3.5	5.3	-	-	
	60代以上	43	37.2	37.2	14.0	9.3	7.0	11.6	7.0	4.7	7.0	4.7	4.7	2.3	2.3	2.3	-	
住居形態別	持家戸建て	53	43.4	30.2	26.4	15.1	15.1	11.3	15.1	5.7	5.7	7.5	5.7	1.9	1.9	1.9	-	
	分譲マンション	31	51.6	32.3	25.8	19.4	-	6.5	3.2	6.5	9.7	6.5	-	6.5	6.5	-	-	
	賃貸	33	45.5	33.3	30.3	18.2	15.2	6.1	6.1	9.1	6.1	3.0	6.1	3.0	3.0	3.0	-	

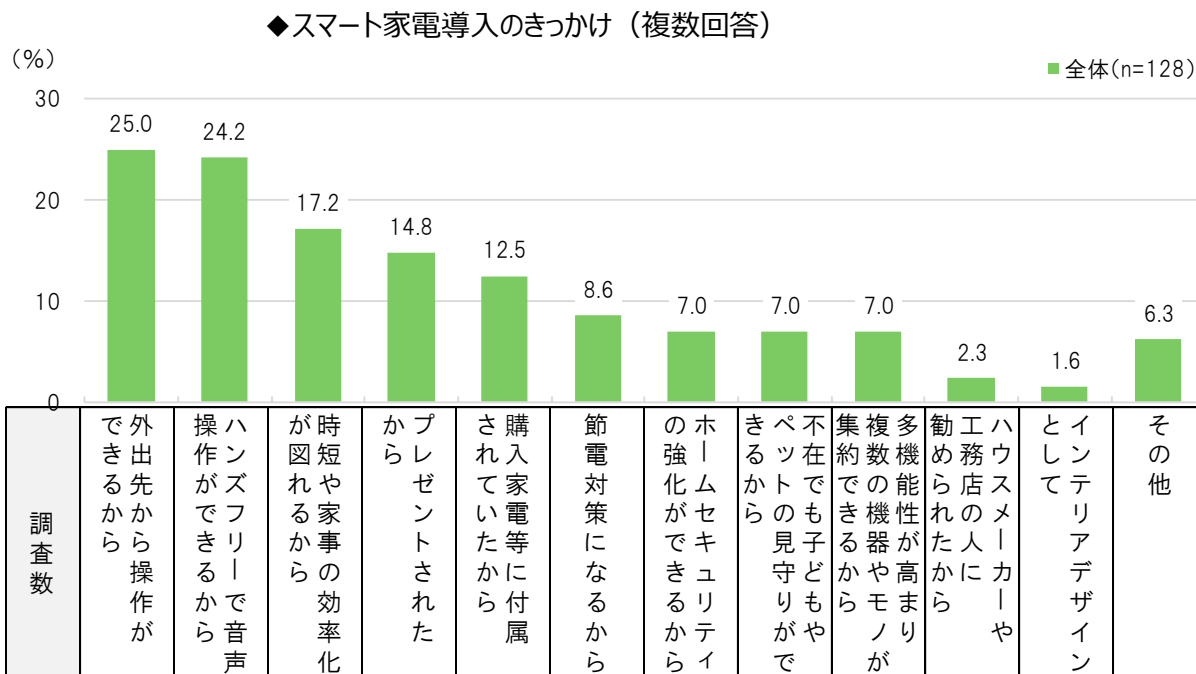
利用しているもの

		調査数	スマートスピーカー	テレビ・プロジェクター	エアコン・扇風機・空気清浄機	スマートリモコン	スマートライト	IPカメラ	キッチン機器	スマートプラグ	冷蔵庫	掃除機	スマートロック	スマートセンサー	洗濯機	その他	特にない	【%】	利用率
全体		128	35.2	21.9	17.2	10.2	4.7	8.6	6.3	5.5	3.1	3.9	3.1	2.3	2.3	1.6	22.7	77.3	
年代別	20・30代	28	25.0	21.4	17.9	7.1	3.6	-	17.9	-	3.6	3.6	-	3.6	-	3.6	25.0	75.0	
	40・50代	57	38.6	21.1	22.8	14.0	7.0	10.5	3.5	8.8	1.8	5.3	3.5	3.5	3.5	-	21.1	78.9	
	60代以上	43	37.2	23.3	9.3	7.0	2.3	11.6	2.3	4.7	4.7	2.3	4.7	-	2.3	2.3	23.3	76.7	
住居形態別	持家戸建て	53	41.5	20.8	15.1	11.3	7.5	11.3	9.4	5.7	3.8	3.8	5.7	1.9	-	-	22.6	77.4	
	分譲マンション	31	41.9	25.8	22.6	12.9	-	6.5	3.2	6.5	6.5	6.5	-	3.2	6.5	-	16.1	83.9	
	賃貸	33	27.3	24.2	18.2	6.1	3.0	6.1	6.1	6.1	-	3.0	-	3.0	3.0	3.0	24.2	75.8	

* 利用率 = 100% - 「特にない」

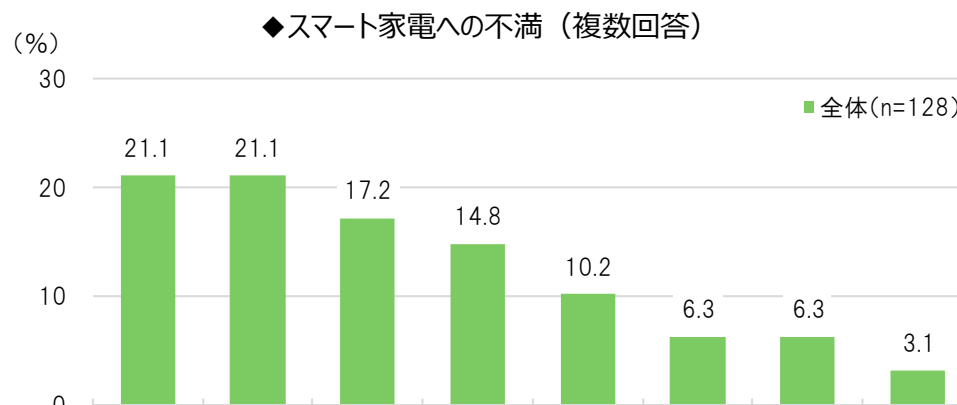
* 「テレビ・プロジェクター」「エアコン・扇風機・空気清浄機」「キッチン機器」「冷蔵庫」「掃除機」「洗濯機」は「スマホやネットにつながっているもの」と注釈して聴取

- スマート家電導入のきっかけは、「外出先から操作ができるから」「ハンズフリーで音声操作ができるから」「時短や家事の効率化が図れるから」が上位である。
- 50代以下は60代以上に比べて、遠隔操作や時短効率を期待して導入した傾向がみられる。また、分譲マンション居住層はハンズフリー操作や時短効率を重視した割合が他に比べて高い。



		調査数	外出先から操作ができるから	ハンズフリーで音声操作ができるから	時短や家事の効率化が図れるから	プレゼントされたから	購入した電器等に付属されたから	節電対策になるから	ホームセキュリティの強化ができるから	ペットの留守見守りから	不在でも子どもやペットの留守見守りから	複数の機能が高機能な機器やモノが	勧められたから	ハウスメーカーや工務店の人が	インテリアデザインとして	その他
全体		128	25.0	24.2	17.2	14.8	12.5	8.6	7.0	7.0	7.0	7.0	2.3	1.6	6.3	
年代別	20・30代	28	25.0	21.4	21.4	17.9	21.4	3.6	0.0	0.0	3.6	3.6	-	3.6		
	40・50代	57	33.3	26.3	21.1	10.5	10.5	12.3	12.3	7.0	5.3	0.0	-	3.5		
	60代以上	43	14.0	23.3	9.3	18.6	9.3	7.0	4.7	11.6	11.6	4.7	4.7	11.6		
住居形態別	持家戸建て	53	20.8	24.5	15.1	17.0	18.9	3.8	7.5	7.5	7.5	0.0	1.9	5.7		
	分譲マンション	31	29.0	32.3	25.8	9.7	6.5	16.1	3.2	3.2	9.7	3.2	3.2	6.5		
	賃貸	33	36.4	21.2	18.2	15.2	6.1	9.1	6.1	9.1	6.1	3.0	-	6.1		

- スマート家電の不満点は、「持っているだけで活用できていない」「上手な利用の仕方がわからない」が同率の21.1%で、何らかの不満がある割合は66.4%に及ぶ。
- 30代以下は「持っているだけで活用できていない」「ネット環境設定が面倒くさい」、持家戸建て居住層は「持っているだけで活用できていない」の割合が他に比べて高い。

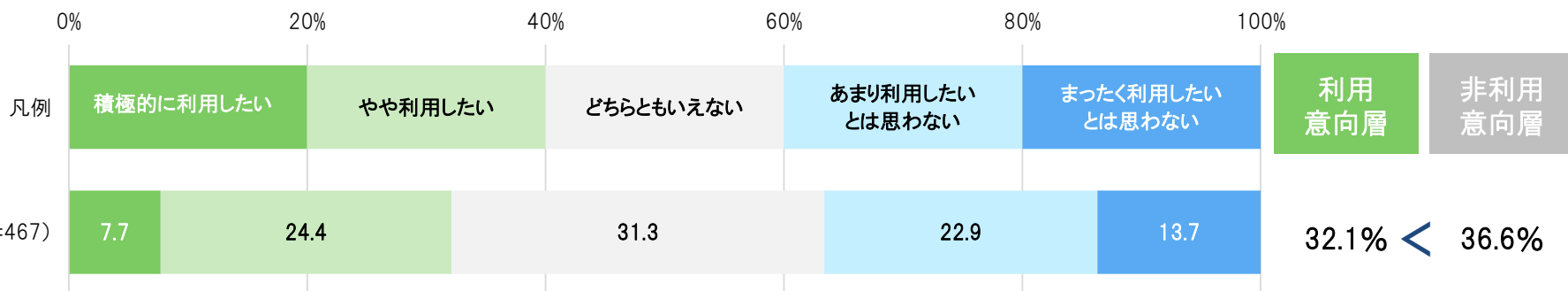


調査数		持っているだけで活用できていない	上手な利用の仕方がわからない	面倒くさい	利用用途が限られる	利便性や効果が感じられない	操作が難しい	音声や遠隔操作できない	セキュリティ対策が必要	その他	不満や困っていることはない	不満がある層
全体		128	21.1	21.1	17.2	14.8	10.2	6.3	6.3	3.1	33.6	66.4
年代別	20・30代	28	28.6	14.3	25.0	10.7	3.6	3.6	0.0	10.7	21.4	78.6
	40・50代	57	15.8	21.1	14.0	12.3	10.5	7.0	5.3	-	42.1	57.9
	60代以上	43	23.3	25.6	16.3	20.9	14.0	7.0	11.6	2.3	30.2	69.8
住居形態別	持家戸建て	53	28.3	20.8	15.1	15.1	11.3	9.4	3.8	1.9	34.0	66.0
	分譲マンション	31	19.4	25.8	16.1	22.6	9.7	3.2	9.7	6.5	29.0	71.0
	賃貸	33	15.2	21.2	18.2	9.1	12.1	3.0	9.1	3.0	33.3	66.7

* 不満がある層 = 100% - 「不満や困っていることはない」

- スマート家電の今後の導入意向は32.1%で、非利用意向層の割合が若干上回る。年代が下がるにつれ、また持家層において利用意向層の割合がやや高い。
- 利用経験層は、積極利用意向の割合が2割強に及ぶ。

◆スマート家電の導入意向（単一回答）

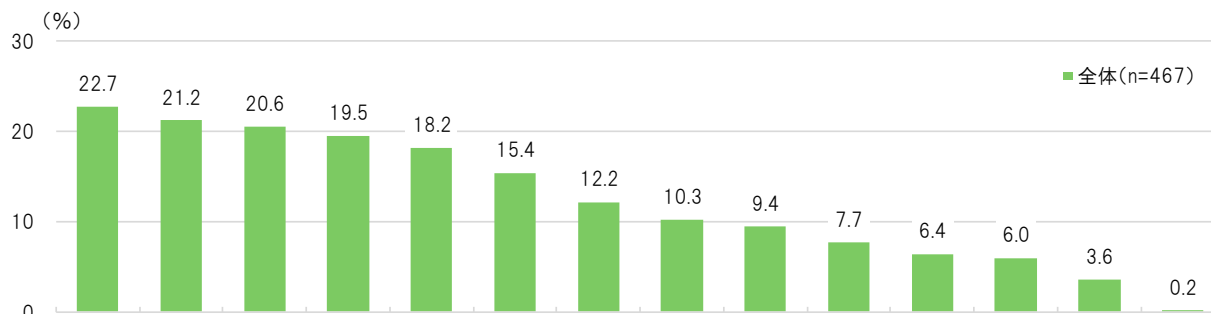


凡例	調査数	【%】					【%】	
		積極的に利用したい	やや利用したい	どちらともいえない	あまり利用したいとは思わない	まったく利用したいとは思わない	利用意向層	非利用意向層
全体	467	7.7	24.4	31.3	22.9	13.7	32.1	36.6
年代別	20・30代	6.3	30.2	35.4	15.6	12.5	36.5	28.1
	40・50代	10.2	22.8	31.5	23.4	12.2	33.0	35.5
	60代以上	5.7	23.0	28.7	26.4	16.1	28.7	42.5
住居形態別	持家戸建て	8.8	27.0	28.9	22.0	13.2	35.8	35.2
	分譲マンション	8.0	26.5	24.8	24.8	15.9	34.5	40.7
	賃貸	9.0	20.9	35.8	20.1	14.2	29.9	34.3
利用状況別	利用経験層	21.1	34.4	35.9	3.9	4.7	55.5	8.6
	認知層	3.1	21.0	30.4	30.4	15.0	24.1	45.5
	非認知層	-	18.9	24.5	28.3	28.3	18.9	56.6

* 利用意向層 = 「積極的に利用したい」+「やや利用したい」/非利用意向層 = 「まったく利用したいとは思わない」+「あまり利用したいとは思わない」

- 関心が高い機器は、「スマートリモコン」「スマートスピーカー」「スマートロック」が2割を超えており、いずれかの機器の関心層は56%である。
- 30代以下は「スマートロック」の関心度が40代以上に比べて高い。また、利用意向層は「スマートリモコン」をはじめ、関心度が20%以上の機器が多数ある。

◆スマート家電への関心（複数回答） * 30%以上に網掛け

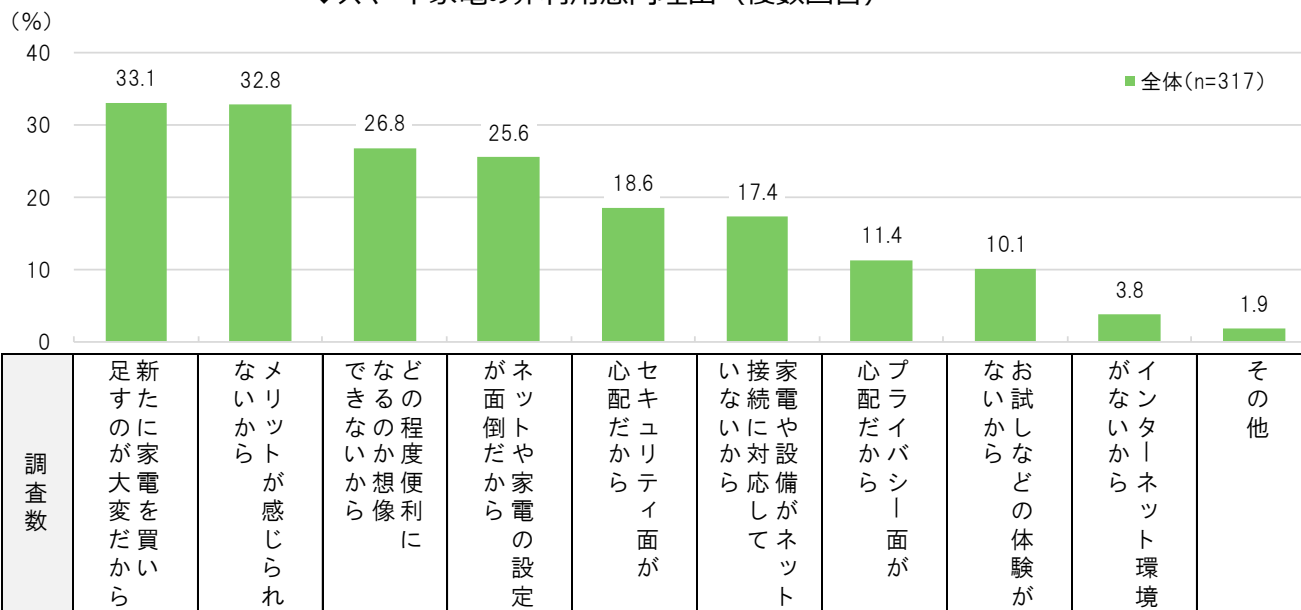


調査数		スマートリモコン	スマートスピーカー	スマートロック	エアコン・扇風機・空気清浄機	IPカメラ	スマートライト	プロジェクター	スマートセンサー	キッチン機器	スマートプラグ	冷蔵庫	洗濯機	掃除機	その他	特にない	関心層	
全体		467	22.7	21.2	20.6	19.5	18.2	15.4	12.2	10.3	9.4	7.7	6.4	6.0	3.6	0.2	44.1	55.9
年代別	20・30代	96	24.0	22.9	26.0	19.8	14.6	15.6	5.2	3.1	9.4	8.3	2.1	5.2	2.1	-	38.5	61.5
	40・50代	197	22.8	21.8	19.8	19.3	21.3	14.2	15.2	10.2	8.6	9.6	9.1	6.1	5.6	-	43.7	56.3
	60代以上	174	21.8	19.5	18.4	19.5	16.7	16.7	12.6	14.4	10.3	5.2	5.7	6.3	2.3	0.6	47.7	52.3
態別 住居形	持家戸建て	159	25.2	20.1	23.3	18.9	21.4	19.5	13.2	13.2	12.6	6.9	6.9	6.3	3.8	-	40.9	59.1
	分譲マンション	113	22.1	22.1	18.6	23.0	17.7	12.4	16.8	8.8	8.8	7.1	7.1	6.2	4.4	0.9	44.2	55.8
	賃貸	134	21.6	24.6	18.7	22.4	18.7	14.9	9.7	7.5	9.0	10.4	6.0	7.5	3.7	-	44.8	55.2
意向別 利用	利用意向層	150	51.3	42.7	41.3	37.3	33.3	32.7	28.0	21.3	18.0	20.7	14.7	11.3	9.3	-	8.7	91.3
	中間層	146	17.1	21.2	17.1	19.2	15.8	11.6	7.5	6.8	6.8	3.4	2.7	6.2	1.4	0.7	39.0	61.0
	非利用意向層	171	2.3	2.3	5.3	4.1	7.0	3.5	2.3	3.5	4.1	-	2.3	1.2	0.6	-	79.5	20.5

* 関心層 = 100% - 「特にない」

- スマート家電の非利用理由は、「新たに家電を買い足すのが大変だから」「メリットが感じられないから」「どの程度便利になるのか想像できないから」が上位である。
- 60代以上は「ネットや家電の設定が面倒だから」、非利用意向層は「メリットが感じられないから」の割合が高い。

◆スマート家電の非利用意向理由（複数回答）



調査数		新たに家電を買い足すのが大変だから	メリットが感じられないから	どの程度便利になるのか想像できないから	ネットや家電の設定が面倒だから	セキュリティ面が心配だから	家電や設備がネットに対応していないから	プライバシー面が心配だから	お試しなどの体験がないから	インターネット環境がないから	その他	
全体		317	33.1	32.8	26.8	25.6	18.6	17.4	11.4	10.1	3.8	1.9
年代別	20・30代	61	32.8	39.3	26.2	19.7	21.3	14.8	14.8	9.8	4.9	1.6
	40・50代	132	34.8	31.1	25.0	22.7	17.4	15.2	10.6	8.3	3.8	3.0
	60代以上	124	31.5	31.5	29.0	31.5	18.5	21.0	10.5	12.1	3.2	0.8
住居形態別	持家戸建て	102	32.4	33.3	25.5	32.4	20.6	19.6	9.8	7.8	4.9	0.0
	分譲マンション	74	24.3	35.1	28.4	21.6	21.6	12.2	12.2	13.5	5.4	5.4
	賃貸	94	39.4	33.0	25.5	26.6	14.9	22.3	13.8	6.4	1.1	1.1
意向別	中間層	146	37.0	17.8	32.2	26.7	17.1	21.2	9.6	15.1	2.1	1.4
	非利用意向層	171	29.8	45.6	22.2	24.6	19.9	14.0	12.9	5.8	5.3	2.3

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp