

Press release

2016年2月17日

お問い合わせ

ジーエフケー マーケティングサービス ジ

ヤパン株式会社

広報グループ

TEL 03-5350-4632

info.jp@gfk.com

www.gfk.com/jp

スマートホーム、アジアでアピール：中国では韓国や日本を上回る高い関心

GfKは7カ国で実施したスマートホームテクノロジーに関する消費者調査から、中国、日本、韓国の動向について発表しました。

世界7カ国で、スマートホーム、3Dプリント、仮想現実など11の最新テクノロジーについて近い将来、生活に変化をもたらすかを尋ねました。その結果、中国では大多数が、スマートホームテクノロジーが近い将来、生活に変化をもたらすと考えていることが明らかになりました。これはモバイル決済についてそう考える人の割合とほぼ同じであり、ウェアラブルテクノロジーの割合をはるかに上回るものでした。一方、日本では、スマートホームテクノロジーが生活に変化をもたらすと考えている人は5人に1人とどまり、モバイル決済についてそう考える人の方がはるかに多いという結果になりました。また、韓国では約半数が、スマートホームテクノロジーが生活に変化をもたらすと回答しました。

中国: スマートホームテクノロジーへの高い関心

中国では96%の消費者がスマートホームテクノロジーのコンセプトを知っていると、82%がある程度の知識があると回答しました。中国はスマートホームテクノロジーの認知度が最も高い市場の一つであり、メーカーや販売店にとってビジネスを展開しやすい環境であると言えます。

中国ではスマートホームテクノロジーがここ数年で生活に変化をもたらすと回答した人は75%に上りました。これは調査7カ国の平均値の倍と、非常に高いものでした。また、モバイル決済では74%、ウェアラブルテクノロジーでは59%、クラウドコンピューティングでは51%が生活に変化をもたらすとしました。

中国の消費者が最も魅力的と感じるスマートホームアプリケーションは、「セキュリティ&コントロール」と「エンターテインメント&コネクティビティ」で63%を占めました。また、僅差で、「ヘルスマニター」（62%）、「スマート家電」（61%）、「エネルギー&照明」（60%）が続きました。

日本: スマートホームテクノロジーが生活に変化をもたらすと考える消費者は 2 割

スマートホームテクノロジーに対する日本の反応は調査 7 カ国中で最も消極的でした。スマートホームのコンセプトを知っているとした人は 53%、ある程度の知識があるとした人は 30%にとどまりました。そして、同テクノロジーがここ数年で生活に変化をもたらすとした人は僅か 19%でした。この反面、モバイル決済では 37%、クラウドコンピューティングでは 22%、ウェアラブルテクノロジーでは 20%が生活に変化をもたらすと回答しました。

どのスマートホームアプリケーションが魅力的であるか尋ねたところ、日本で最も多かった回答は「セキュリティ & コントロール」(31%) で、次いで「ヘルスマニター」(25%)、「エネルギー & 照明」と「スマート家電」(24%) となりました。

韓国: 2 人に 1 人がスマートホームテクノロジーは生活に変化をもたらすと回答

韓国では、スマートホームテクノロジーのコンセプトを知っている人は 88%、ある程度の知識があるとした人は 62%となりました。同テクノロジーが生活に変化をもたらすとした人は 56%で、モバイル決済の 54%、コネクテッドカーの 50%を上回りました。ただ、韓国で最も多くの人々が生活に変化をもたらすと考えるテクノロジーは 3D プリンティングで、その割合は 62%にのぼりました。

最も魅力的なスマートホームアプリケーションは「セキュリティ & コントロール」(54%)となりました。これに次ぎ、「エネルギー & 照明」(44%)、「ヘルスマニター」(42%)、「スマート家電」(40%) があげられました。

スマートホームテクノロジー購入の障壁

調査 7 カ国の結果から、スマートホームテクノロジーの導入における最大の障壁は購入費用であり、およそ 3 人に 1 人がそう考えていることが明らかになりました。また、4 人に 1 人は個人情報の保護が心配であると回答しました。

スマートホームテクノロジーの購入費用が高いことが障壁であるとする人は韓国で 30%、中国で 29%、日本で 25%となりました。また、個人情報の保護を懸念する人は、中国で 27%、韓国で 24%、日本で 18%となりました。

--調査概要--

調査対象：ドイツ、イギリス、アメリカ合衆国、ブラジル、韓国、中国、日本における 16 歳以上の消費者 約 7,000 名(各市場 約 1,000 名)

調査方法：インターネットリサーチ

調査時期：2015 年 9 月～10 月



GfK について

GfK はクライアントがより良い意思決定を下せるよう、市場や消費者に関する信頼できる情報を提供しています。13,000 名超の情熱を持ったマーケットエキスパートとデータサイエンス分野における長年の実績をもとに、GfK は価値あるグローバルインサイトと 100 カ国以上のローカルマーケットインテリジェンスを提供します。GfK は革新的なテクノロジーとデータサイエンスを活用してビックデータをスマートデータに変えます。そして、クライアントが競争力を高め、消費者の体験や選択を豊かにできるよう支援します。

GfK ホームページ : www.gfk.com

GfK Twitter: <https://twitter.com/GfK>