



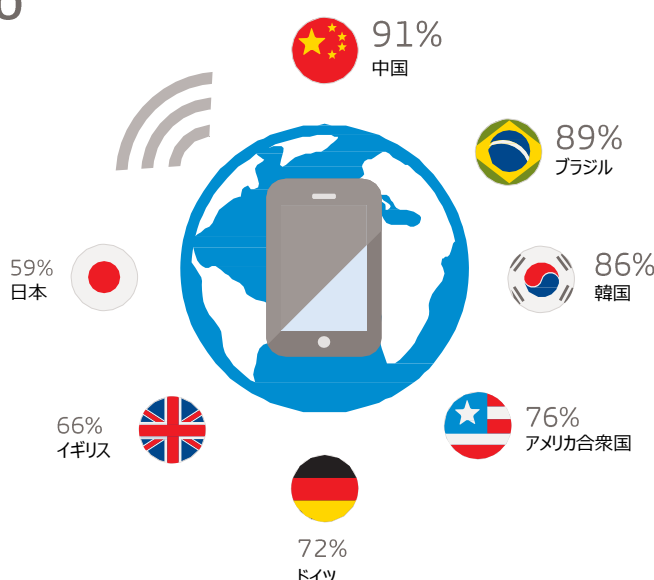
スマートホームの実現

消費者のテクノロジーに対する期待は高まっており、生活がより便利になるシームレスなエクスペリエンスが求められています。多くの製品やサービスがインターネットにつながるようになり、コネクテッド・ホームが現実になりつつあります。ブランドがスマートホームのベネフィットを消費者に示す機会が多数ある中で、メーカーと小売業者は消費者の動向から何を学び、スマートホーム市場における成長戦略に役立てることができるでしょうか？

スマートホームに対する各国の消費者意識

78%

のグローバルの消費者が、スマートホームのコンセプトについて魅力的*と回答



*「極めて魅力的」「とても魅力的」「まあまあ魅力的」の合計

スマートホーム関連機器の所有率

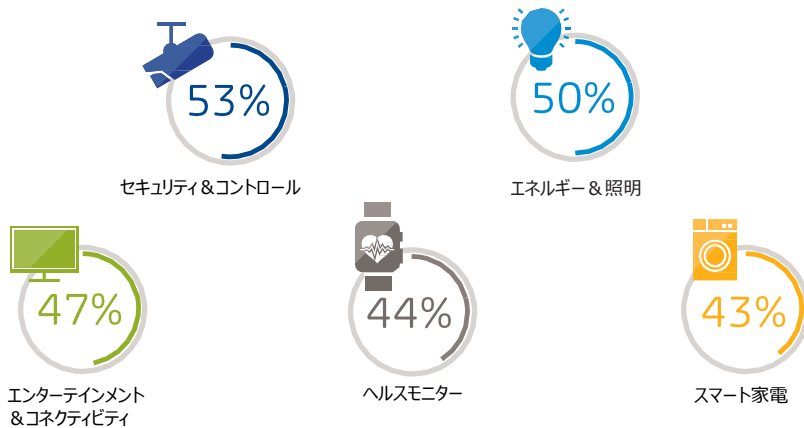


27%

の消費者がスマートホーム関連の機器を所有
 ↳ 最先端の消費者(LECs)に絞ると所有率は50%以上に上る

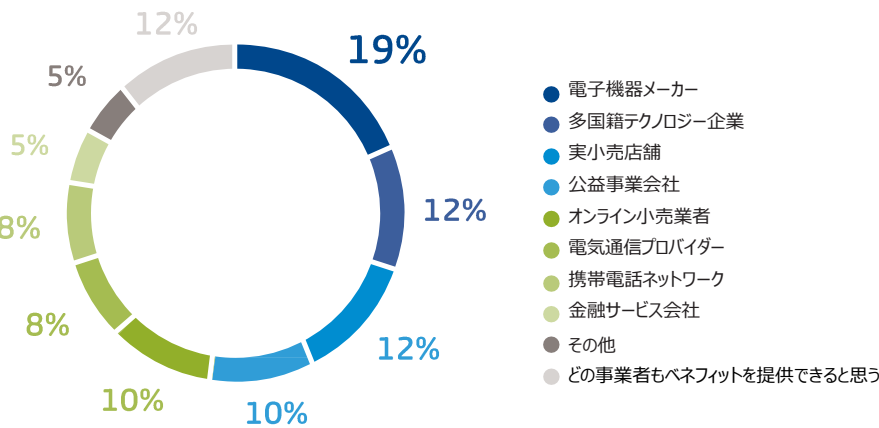
スマートホームソリューションにおける各カテゴリーの魅力

「セキュリティ&コントロール」および「エネルギー&照明」について、消費者の半数以上が魅力的だと考えています。これは、これらのカテゴリーが何をカバしているかが明確で、その分野のデバイスがすでに普及しているためです。

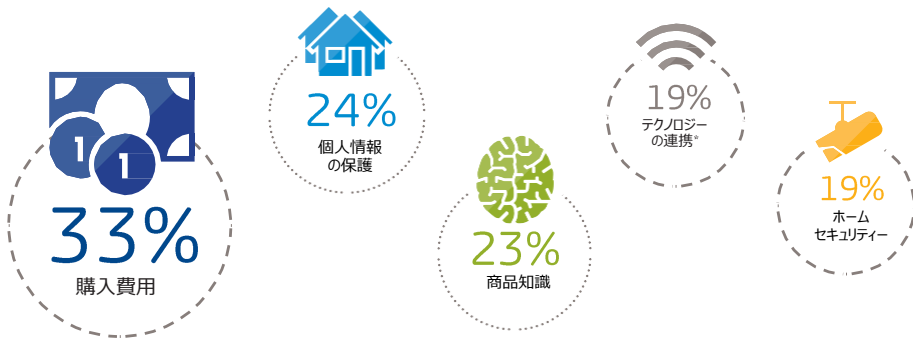


スマートホームのベネフィットを提供する事業者の多様性

スマートホームのベネフィットが明確になるにつれ、消費者はスマートホーム関連の製品やサービスの提供者に幅広く目を向けるようになってきました。消費者が考える「スマートホームのベネフィット提供事業者」は多岐に渡ります。



スマートホーム導入における主な障壁



*異なるシステム間の連携



結論:

スマートホームの導入を加速させるには、この革新的なデバイスがどのようなメリットをもたらす、いかにコネクテッド化が進む消費者の生活を向上させられるかを、メーカーと小売りが共に訴求していく必要があります。