

LTA 市場レポート2026をやさしく読む

スマートホームは 「キャズム」 目前

全国1万1千人の調査から見た、
いまの姿と普及のカギ

元資料：LIVING TECH 協会「スマートホーム市場動向レポート 2026」

どんな調査？

「世の中全体」と「先を行く人」の2つを見る

世の中全体

全国の一般生活者調査

2026年5月／11,003人に聞き、
使っている人390人・使っていない人392人を深掘り

先を行く人たち

RoomClip ユーザー調査

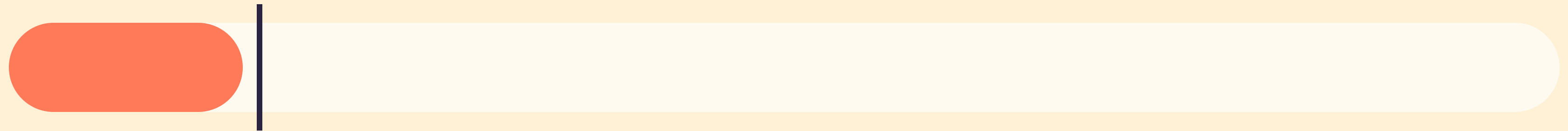
2026年6月／398人。住まいとインテリアのSNSの利用者で、暮らしへの関心が高い

※RoomClipの数字は関心が高い人たちのもので、世の中全体の普及率ではありません

まずは基本から

「キャズム」ってなに？

新しい商品が**一気に広まるかどうかの分かれ目**。
使っている人が約16%を超えると、広まりやすいと言われます。



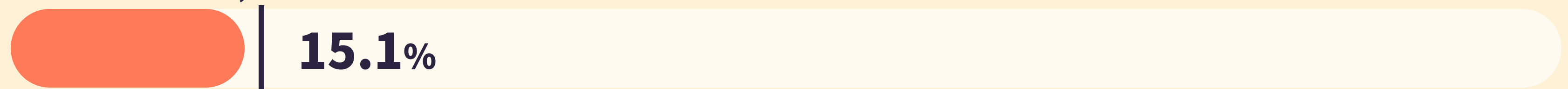
日本のスマートホーム利用経験 **15.1%** | 目安の16%まで、あと少し！

先に取り入れている人たち

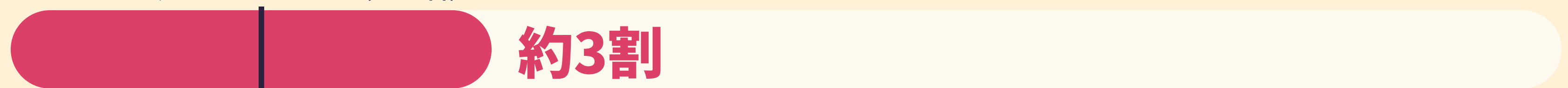
ルームクリップのユーザーは？

スマートホームを使ったことがある人は**およそ3割**。
一般の約2倍で、**すでに16%の目安を超えています**。

一般の生活者（11,003名）



ルームクリップのユーザー（398名）



16%（キャズムの目安）

回答したルームクリップのユーザーは398名で、**女性が約89%**です。

着眼ポイント01・02

数字で見る、スマートホームの今

使ったことがある

15.1%

キャズムの目安16%に迫る

スマホで動く家電を使った

24.0%

気づかずに使っている人も

使っている人の満足度

86.4%

「満足」以上と回答

ネット普及率85.6%、スマホ世帯保有率91.8%。**使える土台は、もう整っています。**

役立つのは「毎日の小さな面倒」が減ること



利用者の声：帰宅前にエアコンを入れておける / リモコンを探し回らなくてよかった

どこで知って、どこで買っている？

知ったきっかけ

X・インスタ・YouTube など **44.4%**

テレビ・雑誌・ウェブ **31.8%**

家電量販店・通販サイト **29.0%**

家電の買い替え時 **25.1%**

買った場所

Amazon **42.6%**

楽天 **25.9%**

メーカー公式オンライン **24.9%**

家電量販店の店頭 **15.9%**

専業ブランドでは **SwitchBot** の知名度がトップ。お店は「試せる場所」としてチャンスあり。

着眼ポイント03

次の入り口は「防犯」の機器

今後買いたい機器	全国調査	RoomClip
テレビ・レコーダーなど映像系	40.8%	14.6%
スマートロック・スマートキー	11.0%	26.8%
スマートカメラ	11.3%	15.0%
スマート照明	10.5%	23.5%
ロボット掃除機	8.7%	23.0%

最初の1台はエアコンやテレビなど身近な家電。その次として、防犯機器への関心が高まっています。

着眼ポイント06

いちばんの壁は「設定」と「アカウント登録」

使っている人の困りごと

アプリのアカウント登録が必要 **41.5%**

設定が面倒・難しい **25.6%**

ネットにつながりにくい **25.6%**

使っていない人のイメージ

故障や誤作動の対応が大変 **78.3%**

ハッキングが心配 **76.5%**

設定が難しそう **65.3%**

解決のカギは、共通規格 **Matter**、手厚いサポート、民間の設定サービス。

いちばん伝わるのは「玄関・鍵」

家で困っていること

鍵を出すのが面倒 **30.1%**

消し忘れ・閉め忘れが不安 **23.0%**

インターホンまで行くのが面倒 **21.7%**

やってみたい使い方

鍵を出さずに顔や指紋で解錠 **44.1%**

壁スイッチをスマホで押せる **32.9%**

ドアが閉まると自動で施錠 **26.5%**

具体的な使い方を見せると、「やってみたい」がはっきり表れる。

着眼ポイント09

「困っていない」は「いない」ではない

使わない理由1位
「買うほど困っていない」

37.8%

でも、家で何かしら
困りごとがある

82.4%

「困っていない」人も
やってみたい使い方がある

96.6%

製品名ではなく、「**自分の暮らしのどこで役立つか**」を見せることがカギ。

着眼ポイント10

生成AIを使う人ほど、スマートホームも使っている

利用経験の差

14.8倍

生成AIを私用で使う人 → スマートホーム経験 **25.1%**

生成AIを使わない人 → スマートホーム経験 **1.7%**

※「AIを使ったから導入した」という因果関係ではなく、利用者が重なりやすいことを示すデータ

機器選びや設定をAIが手伝えれば、「**難しそう**」の壁を大きく下げられるかもしれません。

先を行く人たち（RoomClip）

先行ユーザーに起きている3つの変化

変化 01

**自分で操作
→ 自動で動かす**

「自動化」への言及が
11.3% → 22.7%

変化 02

**製品の紹介
→ 暮らしの共有**

SwitchBotへの言及が
2.8% → 9.2%

変化 03

**便利さ
→ 暮らしの価値**

防犯・見守りへの言及が
3.6% → 13.5%

人感センサーで照明を自動点灯、朝の光で起きるカーテンなど、**睡眠や生活リズム（QoL）**の工夫も増加。

総括

スマートホームが暮らしに根づく5ステップ

STEP 1

出会う

ネット通販・店頭体験

STEP 2

必要だと気づく

玄関・防犯・時短

STEP 3

導入する

店頭で試す・設定を手
伝う

STEP 4

習慣になる

自動で動く・機器がつ
ながる

STEP 5

さらに広がる

AIが選ぶ・設定・改善
を助ける

お店で**出会い・気づく**きっかけと、**設定の手助け**がポイント。

総括

キャズムを越える「3つのカギ」

カギ1

「自分の役に立つ」と伝わる仕組み

製品名ではなく、玄関・防犯・時短など暮らしの場面で見せる

カギ2

「知っている」を「やってみたい」に

お店での体験展示、Matter対応製品、設定代行サービスの認知

カギ3

生成AIの活用

機器選び・設定・自動化の組み立てをAIがサポート

おまけ

これだけ押さえれば大丈夫！用語ミニ辞典

キャズム

新商品が一気に広まるかの分かれ目。目安は利用率16%

LIVING TECH 協会

住宅や流通など、業界を越えた企業が集まる団体

RoomClip（ルームクリップ）

住まいとインテリアの写真を共有するSNS

Matter（マター）

メーカーが違っていても機器がつながる、世界共通の規格

生成AI

質問に答えたり文章を作ったりするAI。AIチャットボットなど

指口ロボット

壁スイッチやボタンを代わりに押してくれる小さな機器

まとめ

今日のポイントは3つ

- 1 キャズム目前。利用経験15.1%、満足度は86.4%と高い
- 2 壁は設定と「困っていない」。でも使い方を見せると需要が見える
- 3 カギは暮らしの場面・体験・生成AI。玄関と防犯が入り口に