

【RoomClip利用データから「充電」への関心や実態を分析】

「充電」検索数は8.1倍、投稿数もコロナ禍で急増、实例をシェアする動き加速  
充電に関する投稿の場所別 1位は「リビング」、DIYで「充電ステーション」を  
自作する流れも！

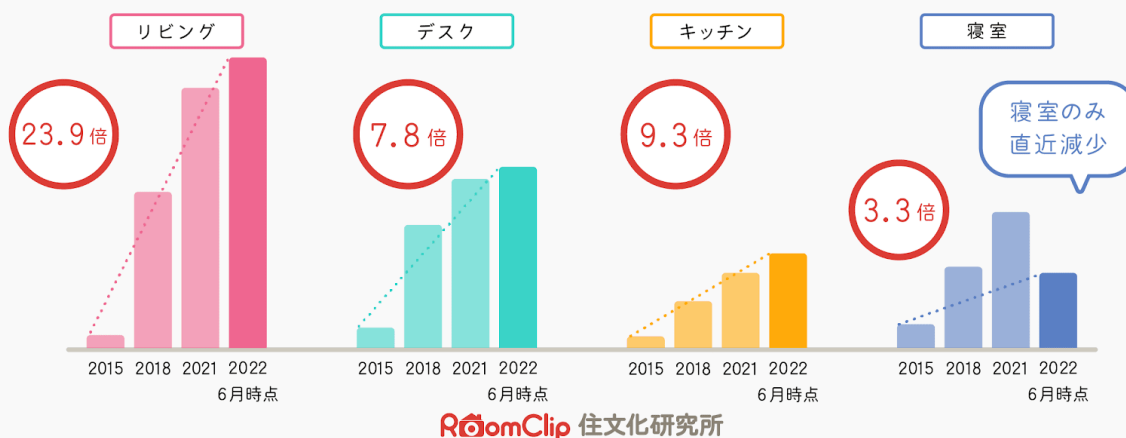
～充電式家電の増加で「充電場所」への関心高まる～

<https://lab.roomclip.jp/contents/charging/>

住生活の領域に特化した日本最大級のソーシャルプラットフォーム「RoomClip（<https://roomclip.jp/>）」を運営するルームクリップ株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役CEO：高重正彦）は、投稿写真や検索キーワードなどのデータを基に住まいや暮らしについて調査・研究をする「RoomClip住文化研究所（<https://lab.roomclip.jp/>）」より、充電に関する投稿・検索データと実際の投稿の分析をまとめたレポートを発表しました。

【場所別】「充電」を含むタグ投稿水準の年推移

ルームクリップのアクティビティデータベースより「充電」を含むタグ投稿数が  
全投稿数に占める各年の場所別割合。円内の倍率は2015年と2022年6月時点と比較



【レポート発表の背景】

ルームクリップは、家具や家電、雑貨などインテリアの写真を投稿・閲覧できる、住生活の領域に特化した日本最大級のソーシャルプラットフォーム「RoomClip（URL: <https://roomclip.jp/>）」を提供し、月間ユーザー数は600万人、写真枚数は500万枚を超えています。

本レポートでは、充電に関するRoomClipユーザーの投稿・検索データや実際の投稿をもとに、充電式家電の広がりと共に、生活者が「充電する場所」への関心を高め、ノウハウや実例探しを加速させている実態などを、住まいの最新トレンドとして解説します。

## 【主なトピックス】

### **1：「充電」キーワードの検索数は直近6年で8.1倍に上昇、ノウハウや実例探しが顕著に**

「充電」という単語を含むキーワードの検索数は上昇し続けており、2015年と2021年の比では8.1倍にまで増加しています。

### **2：「充電」や「USB」などの関連タグも5倍に増加、充電式アイテムの多様化が進む**

「充電」「USB」を含むタグの発生数の推移を見ると、サービス開始当初から年々新しいタグは増加傾向。2015年に生まれた「充電」「USB」を含む新種のタグは合計29種だったのに対し、2021年は144種。約5倍に増加しています。

### **3：充電式家電トレンドは、2018年以降、AV・IT機器→生活家電→キッチン家電へと一気に多様化**

各年に発生したタグを元に分析すると、2018年以降、以下の3つの観点で目的が移り変わり、充電式家電が多様化していることがわかります。

- ・2018年～エンタメやコミュニケーションをもたらすもの：AV・IT機器
- ・2019年～快適性の向上や健康を守るもの：生活家電
- ・2020年～飲食の体験や効率を向上するもの：キッチン家電

### **4：「充電」に言及した投稿も増加、特に直近はコロナ禍を経て1.7倍に急増**

「充電」を含むタグが各年の全投稿数に対してどの程度投稿されたかの割合を示す投稿水準は、2015年から2018年までに5.6倍と急増し、その後3年間横ばいを見せましたが、2022年6月現在は2018年比で1.7倍に増加しています。

### **5：充電に関する投稿の場所別 1位は「リビング」一方、寝室は減少傾向**

2022年6月時点では、投稿水準の上位順にリビング、デスク周り、キッチン、寝室。上昇率順ではリビング、キッチン、デスク周り、寝室。リビングはいずれも1位で、投稿水準は2015年と2022年6月現在比で23.9倍。いずれも最下位となった寝室は、2015年当時は1位の投稿水準であったものの、2022年6月現在比は3.3倍と伸び率も最低となりました。

### **6：試行錯誤しつつ、DIYで「充電ステーション」を自作する人が続々**

「充電ステーション」「充電コーナー」を合計した2021年の投稿水準は2015年比で20.2倍。以下のような事情から、部屋に特定のスペースを設ける形で充電環境をDIYで構築する生活者の姿がRoomClipの投稿からも数多く見られます。

1. 年々所有機器が変わるため、形が定まらない
2. 住まいの中に決まった場所や設備がない
3. 充電器の組み合わせや配線処理など決まったノウハウがない

## 【総括・考察】

### **新しい電気の使い方から求められる、住まいの設え**

住まいにおいて、これまで電気の使われ方は「電源につないだその場で消費する」ことが主であり、住まいはそれに沿った設計となっていました。しかし「電気をためて、必要な場所で使う」充電式家電の普及と多様化はこれまでの家電の一部を置き換えたり、暮らしに新しい価値をもたらしています。その結果、現在の住まいはその生活の変化に追いつかず、生活者自身の試行錯誤によって充電環境の構築を強いられています。

技術革新のスピードが早い分野であるため、今後もさらなる変化を見せることは避けられません。新しい生活行動として充電を捉え、収納雑貨など各アイテムの領域に止まらず、住まいの各業界分野がその変化に見合うサポートをすることは、多くの生活者の中で求められていることと想像できます。

電気・ガス・水道と、住まいのライフラインとして提供される公共サービスは、暮らしに欠かせない価値をもたらす反面、使い方によってはリスクも孕みます。このように生活者の新たなユースケースをお届けすることが、今後、各事業者様にとってサービス・プロダクトへのキャッチアップに活かされるインプットとなっていけばと考えています。

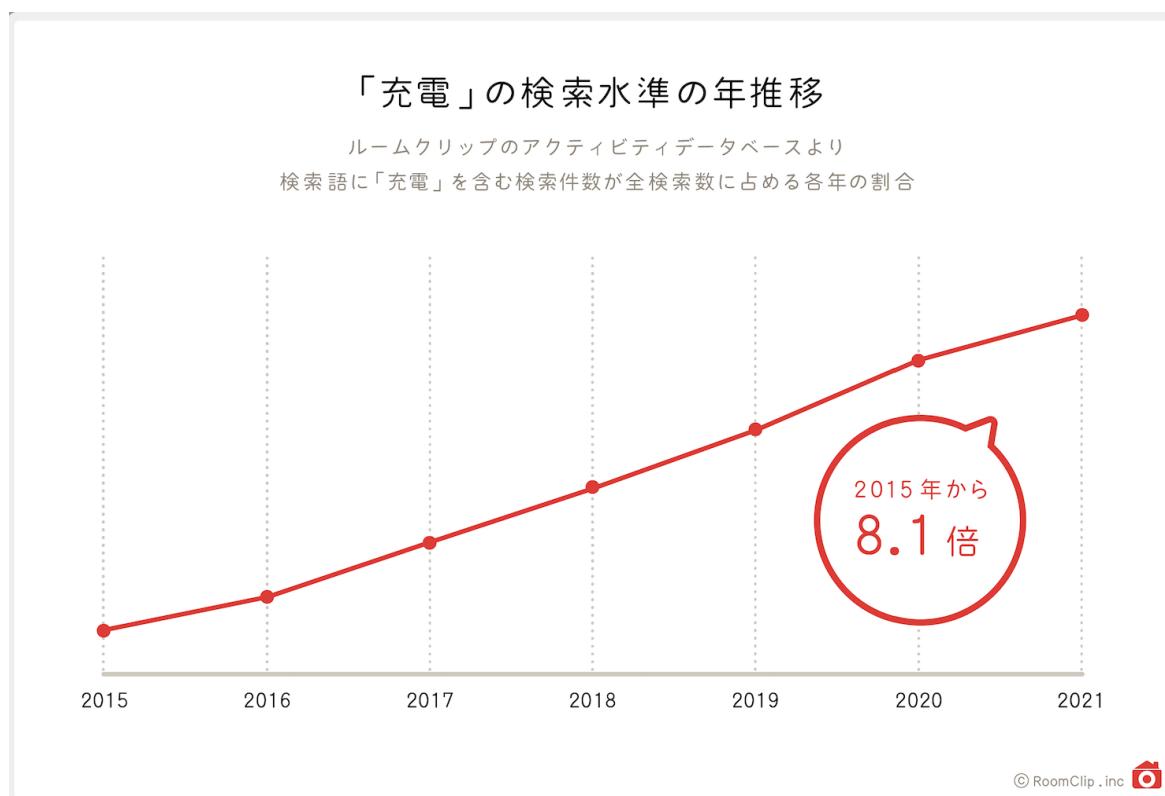
今後も、RoomClip住文化研究所では様々な視点からユーザー行動を分析していきます。

※本レポート詳細はこちら

URL: <https://lab.roomclip.jp/contents/charging/>

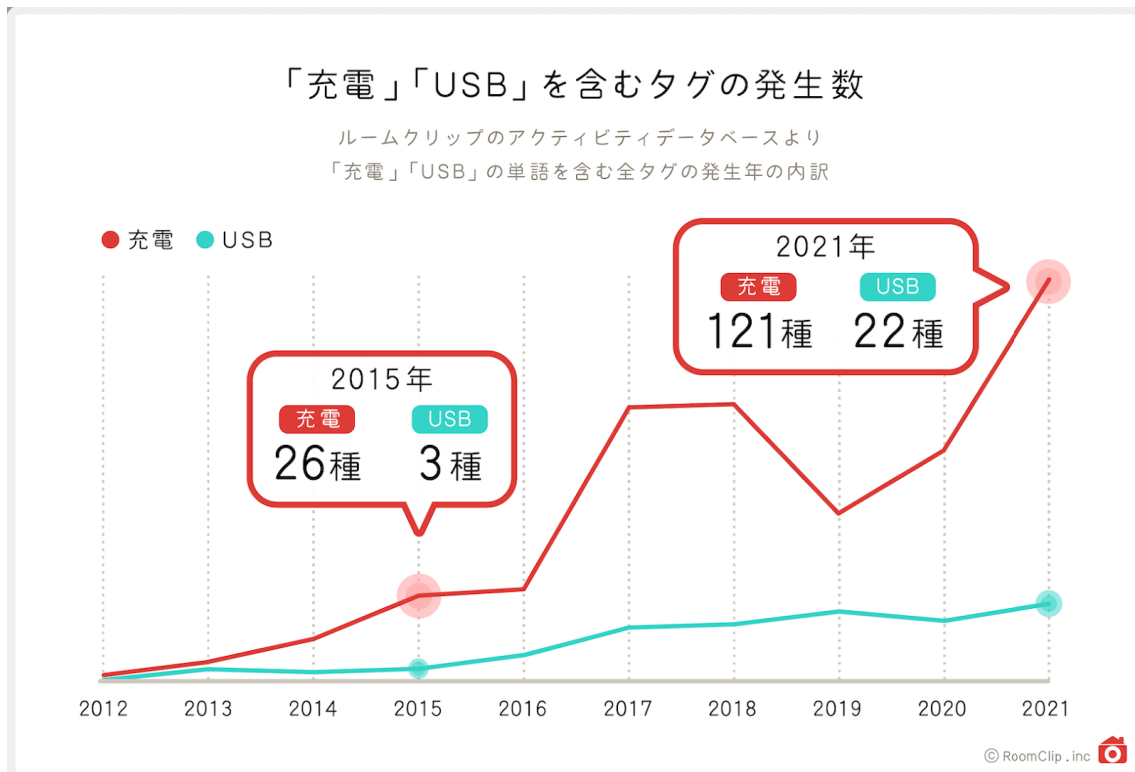
### 【今回の調査レポート内容】

#### 1：「充電」キーワードの検索数は直近6年で8.1倍に上昇、ノウハウや実例探しが顕著に



上のグラフは、RoomClipで「充電」という単語を含むキーワードの検索数が、各年の全検索数に対してどの程度の割合があったかを示すものです。結果は、一時的なピークを見せることもなく上昇が続いており、2015年と2021年の比では8.1倍にまで増加しています。住まいと暮らしに特化したSNSであるRoomClipにおいて、「充電」について検索する最も一般的な理由はノウハウや実例を見たいという願望によるものです。このグラフは「充電」に関する住まいの環境づくりに対して関心をもつユーザーが増加していることを示唆するものと言えるでしょう。

## 2：「充電」や「USB」などの関連タグも5倍に増加、充電式アイテムの多様化が進む



「充電」「USB」を含むタグの発生数の推移を見ると、サービス開始当初から年々新しいタグは増加傾向で、例えば2015年に生まれた「充電」「USB」を含む新種のタグは合計29種でしたが、2021年は144種。約5倍に増加し、今後も増加傾向にあると考えられます。

## 3：充電式家電トレンドは、2018年以降、AV・IT機器→生活家電→キッチン家電へと一気に多様化



各年に発生したタグを元に、その年に関連した主な機器をピックアップすると、上図のようになります。2015年以前は、その後の多様化のキーとなるスマートフォンがまず登場しています。2016年には充電式のスティック型掃除機が人気となったことから、専用スタンドのDIY等が話題になったことも記憶に新しいところです。その後、2018年以降にはUSB充電を採用した多種多様な機器がRoomClipで充電の話題とともに投稿されています。

各年登場してきた充電式家電を振り返ると、3つの目的で多様化していると考えられ、それぞれ分類が可能です。

### **1. 2018年～エンタメやコミュニケーションをもたらすもの：AV・IT機器**

スマホやタブレットなどのモバイル端末が外に限らず家のいたる所でコンテンツ視聴やコミュニケーションに活用されています。ほか、図表にあるゲーム機以外にも、Bluetoothスピーカーがキッチンで音楽をかけ家事のモチベーションアップに役立つなど、エンタメコンテンツを中心にAV・IT機器が日常の様々なシーンに活用されています。

### **2. 2019年～快適性の向上や健康を守るもの：生活家電**

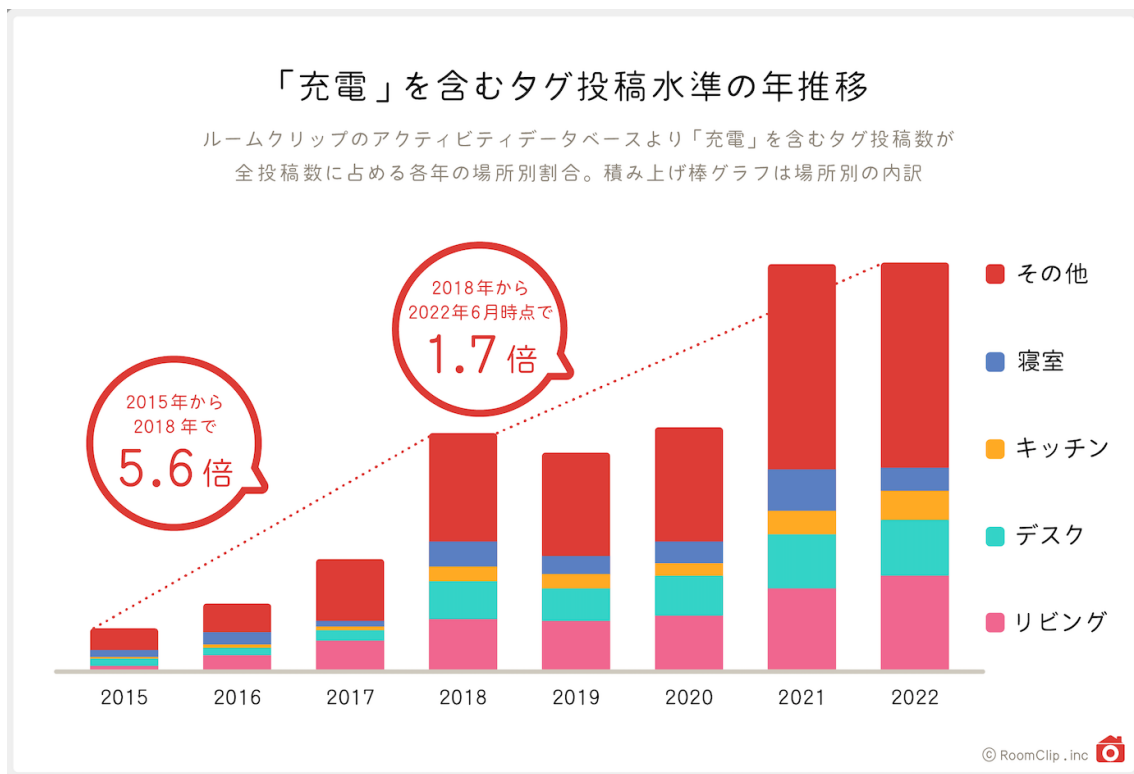
充電式のLEDランタンは電源がなく照明が利用しづらかった場所への導入のハードルを下げ、ベランダのリビング活用などにも役立っています。充電式扇風機は快適に過ごせる部屋の幅を広げ、コロナ禍以降は作業スペース周辺の需要やオートディスペンサーのように衛生環境の構築に貢献しています。

### **3. 2020年～飲食の体験や効率を向上するもの：キッチン家電**

「コーヒーのある暮らし」周辺で特に充実が進み、コーヒーメーカーをはじめ電動ミルなど、より多くの生活者が質の高いコーヒーを手軽に体験できる環境が整いました。充電式ブレンダーはコードレスで作業環境の制約が下がるなどの価値をもたらし、家族が料理に参加しやすくするなどのシーンも見せています。

各機器の登場年代を改めて見てみると、「AV・IT機器」→「生活家電」→「キッチン家電」といった発生順序のまとまりがあることにも気がつきます。スマホ周辺の技術や体験に近いものから充電式のアイテムの普及がはじまり、その後生活者の身の回りの空間に関わるもの、身体に接触するものに関わるものといった具合に充電式のアイテムが登場し、受け入れられていったと想像されます。今後もそのトレンドを追いながらアイテムの多様化が進んでいくことが予想されます。

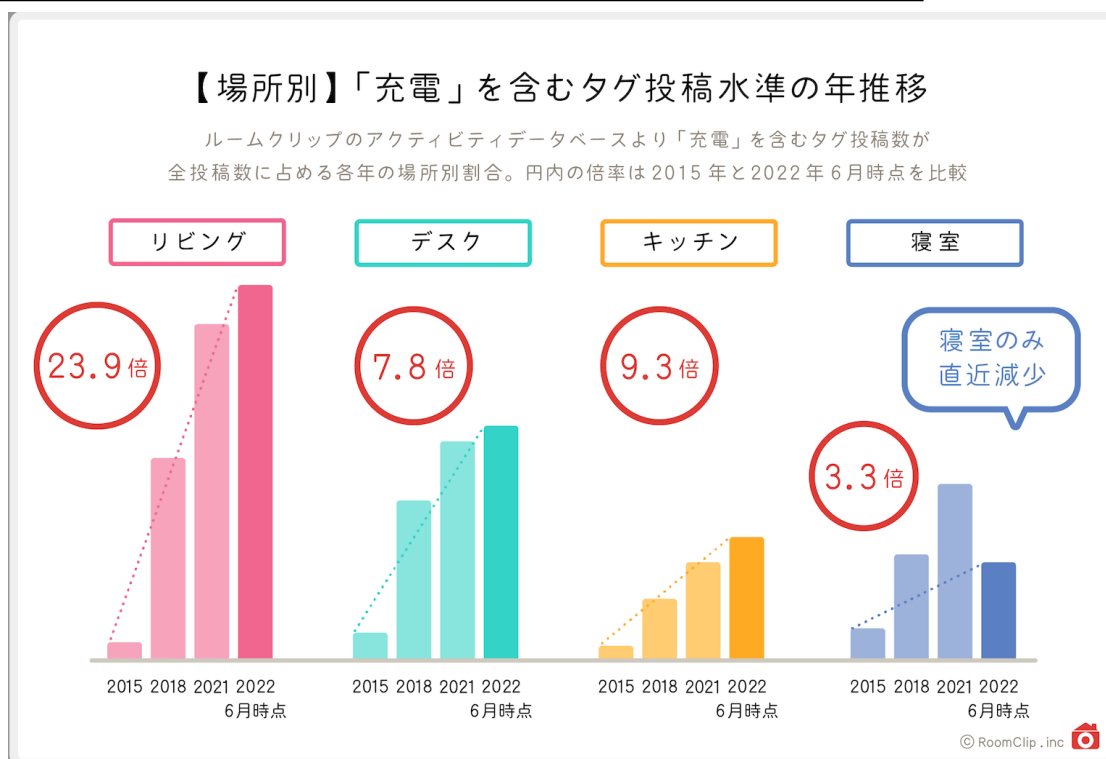
#### 4：「充電」に言及した投稿も増加、特に直近はコロナ禍を経て1.7倍に急増



上図はRoomClipルームクリップで「充電」を含むタグが各年の全投稿数に対してどの程度投稿されたかの割合を示す投稿水準グラフです。

2015年から2018年までに5.6倍と急増し、その後3年間横ばいを見せましたが、2022年6月現在は2018年比で1.7倍に増加しています。

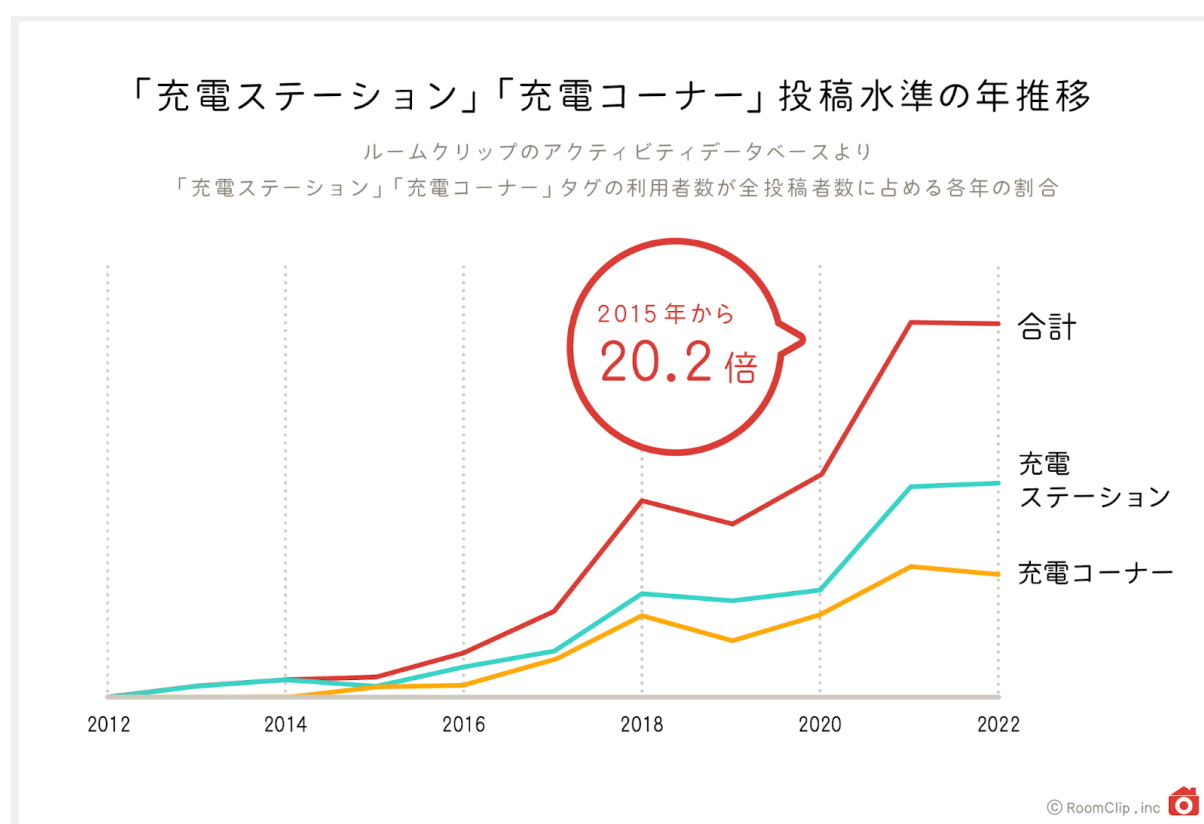
#### 5：充電に関する投稿の場所別 1位は「リビング」一方、寝室は減少傾向



各場所ごとにグラフをまとめ直した推移は上図のようになります。投稿タグから区別が可能な代表的な場所として「リビング」「デスク周り」「キッチン」「寝室」を抽出しました。結果はいずれも増加の様子を見せていますが、投稿水準および増加率には大きな違いがあります。2022年6月現在時点では投稿水準の上位順にリビング、デスク周り、キッチン、寝室。上昇率順ではリビング、キッチン、デスク周り、寝室。リビングはいずれも1位で、投稿水準は2015年と2022年6月現在比で23.9倍。いずれも最下位となった寝室は、2015年当時は1位の投稿水準であったものの、2022年6月現在比は3.3倍と伸び率も最低で、直近1年で減少が見られた唯一の場所でもありました。

過去、携帯電話のような充電式アイテムは外で利用されることが主なため、一日の終わりに充電される場所が寝室だったと想像されます。しかし、近年では充電式のアイテムの多様化や住まいの中で利用されるシーンが増加した結果、リビングのような共用スペース、デスク・キッチンのような作業スペースでより「充電」への関心が高まっていると考えられます。

## 6：試行錯誤しつつ、DIYで「充電ステーション」を自作する人が続々



充電関連の投稿と共に使用されるタグの代表例が「充電ステーション」「充電コーナー」といった充電環境に関するものです。それらは何らかのDIYを伴って構築されているケースが一般的です。全部をDIYで構築するケースもありますが、別用途の既製品と組み合わせて構築されるケースがほとんどです。ファイルボックス、キッチンワゴン、有孔ボードなどは充電ステーションの構築に使用されやすい代表的なアイテムです。

「充電ステーション」がDIYで構築される背景には、以下の事情があると考えられます。

### 1. 年々所有機器が変わるため、形が定まらない

機器の多様化が年々進み、また、各家庭に導入されるアイテムも時期も異なるため、所有の類型が一般化しづらい。



## 2. 住まいの中に決まった場所や設備がない

充電ステーションは洗濯機や冷蔵庫置き場のような、その行動を想定した特定のスペースはない。また、コンセントの高さなどが充電式家電の利用を考慮されたものでないケースが多い。

## 3. 充電器の組み合わせや配線処理など決まったノウハウがない

ケーブルボックスなど、充電ステーションの構築に活用できる多くのメーカーの既製品は存在するが、それに適合する電源タップや充電器の組み合わせは提示されていなかったり、周辺の配線などはユーザー任せとなる。

リビングでは既存のリモコンニッチを活用した例も多く見られます。腰の高さに置き場所とコンセントがあることや、元々固定電話等の通信機器の設置も想定されていることから、スマートフォンなど同用途の機器を集めやすかったことが理由として挙げられるでしょう。また、USB充電機器とともに、スマートスピーカーなどUSB給電で使用する機器の設置を伴う場合もあります。取り外して使用されるものと、据え置きで使用されるものが混在し、充電ステーションの構成はより複雑化する一方です。

※本レポート詳細はこちら

URL: <https://lab.roomclip.jp/contents/charging/>

### 【RoomClip住文化研究所について】

RoomClip住文化研究所は、RoomClipに投稿された膨大な写真やコメント、タグなどの実例データ、検索や保存、いいねなどのアクティビティデータ、ユーザーアンケートやインタビューなどを基に、住まい・暮らし領域のトレンドや消費性向などについて調査・分析する研究機関です。2021年4月に設立し、毎月様々なテーマで分析レポートを発表しています。

<https://lab.roomclip.jp/>

### 【RoomClipについて】 <https://roomclip.jp/>

家具や家電、雑貨などインテリアの写真を投稿・閲覧できる、住生活の領域に特化した日本最大級のソーシャルプラットフォームです。スマートフォンアプリとインターネットのウェブサイトを展開しています。現在月間ユーザー数は600万人、写真枚数は500万枚を超えます。RoomClipは日本で最も「実際に人が生活している部屋の写真とデータ」が集まっているサービスです。雑誌やテレビなど年間に100以上の媒体でRoomClipユーザーが紹介されています。

### 【ルームクリップ株式会社について】 <https://roomclip.jp/>

代表者：高重正彦

設立：2011年11月24日

所在地：東京都渋谷区千駄ヶ谷1-28-1

URL： <https://corp.roomclip.jp/>

事業内容：「RoomClip」「RoomClipビジネス」「RoomClipショッピング」の企画・開発・運営

RoomClip（ <https://roomclip.jp/> ）

RoomClipビジネス（ <https://roomclip.jp/business/> ）

RoomClipショッピング（ <https://roomclip.jp/shopping/> ）

RoomClip住文化研究所（ <https://lab.roomclip.jp/> ）



**【報道関係からの問い合わせ先】**

ルームクリップ株式会社 広報 当寺ヶ盛

mail : [brand@roomclip.jp](mailto:brand@roomclip.jp)

問い合わせフォーム : <http://corp.roomclip.jp/contact/corp>

電話 : 050-5235-7021