

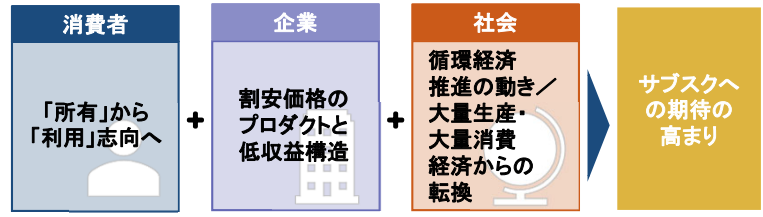
家電サブスクリプションビジネスのグローバル需要調査エグゼクティブサマリ

I サブスクリプション市場の概況

- サブスクリプション(サブスク)市場は、動画や音楽配信などデジタルコンテンツを主流に大きく拡大し、白物家電などモノのサブスクも着実に増加しつつある
- ①消費者ニーズの変化、②企業の低収益構造、③環境を重視する社会への変化により、従来の**売り切りモデルが限界**を迎え、新たなビジネスモデルとしてサブスクへの期待が高まる

家電サブスクのビジネスチャンス进行分析するため、サブスクで先行するグローバル企業17社の取組みと日タイ中米英の5か国消費者調査(Webアンケート)を実施

市場環境の変化がサブスクへの転換を促す



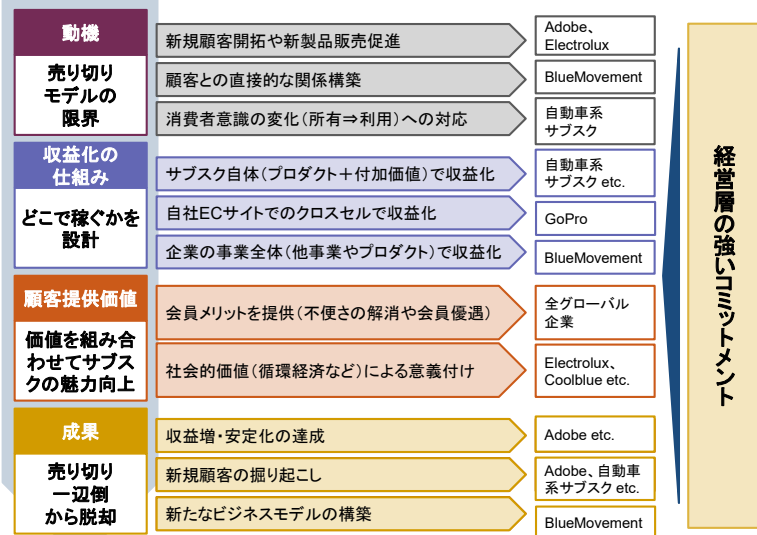
II グローバル企業17社調査結果

- サブスクを始める動機は売り切りモデルの限界と**新たなビジネスモデル**構築
- 先行企業では事業全体におけるサブスクの**位置づけが明確**で、**様々な価値**を提供
- 経営層は株主や社内からの反対があってもサブスクを**強力に推進**

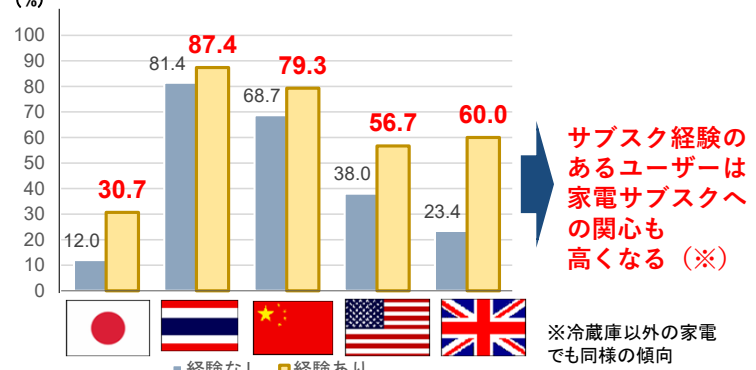
III 5か国消費者調査(Webアンケート)結果

- **サブスク経験者は**家電サブスクへの**関心が高い**
- デジタル系を含めサブスクの普及は家電サブスク需要を増やす
- 5か国とも、**若年層や賃貸居住者層**がサブスクになじみやすい
- 短期的にはこれらの消費者層が有望

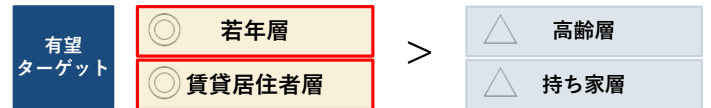
グローバル企業は顧客と直接つながる新たなビジネスモデルを模索



冷蔵庫をサブスクで利用したい人の割合(サブスク経験の有無別)



5か国とも若年層や賃貸居住者層のほうが家電サブスクに関心が高い



IV 日系家電メーカーが進むべき方向とサブスクリプションで実現するビジネスモデル

