

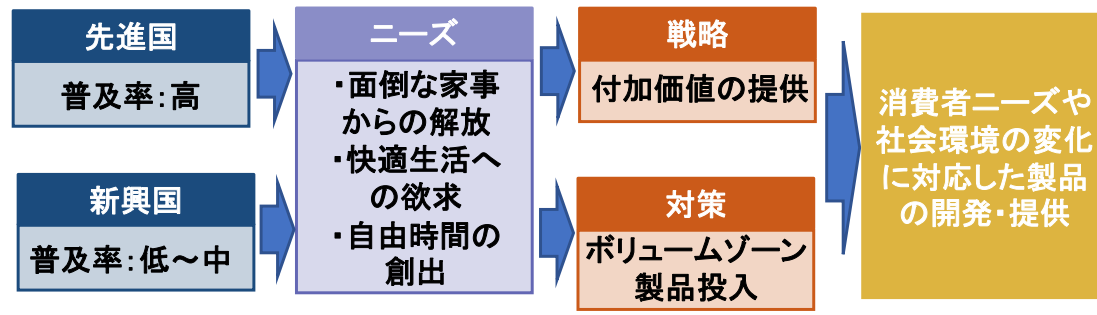
エグゼクティブサマリ

I グローバルにおける白物家電市場の概況

- 中期的に見た白物家電市場は、**年平均成長率(2021-2026年): +2.0%(台数)、+2.9%(金額)**。この中で、製品や地域の成長要因を把握し、ターゲットを絞ってビジネスを行うことが重要。
- 先進国にはスマート化や「SDGs×家電」など付加価値で、新興国には普及率向上を目指した価格戦略が必須。白物家電は地域によってニーズが異なるため、地域ニーズに合った製品開発が必要。

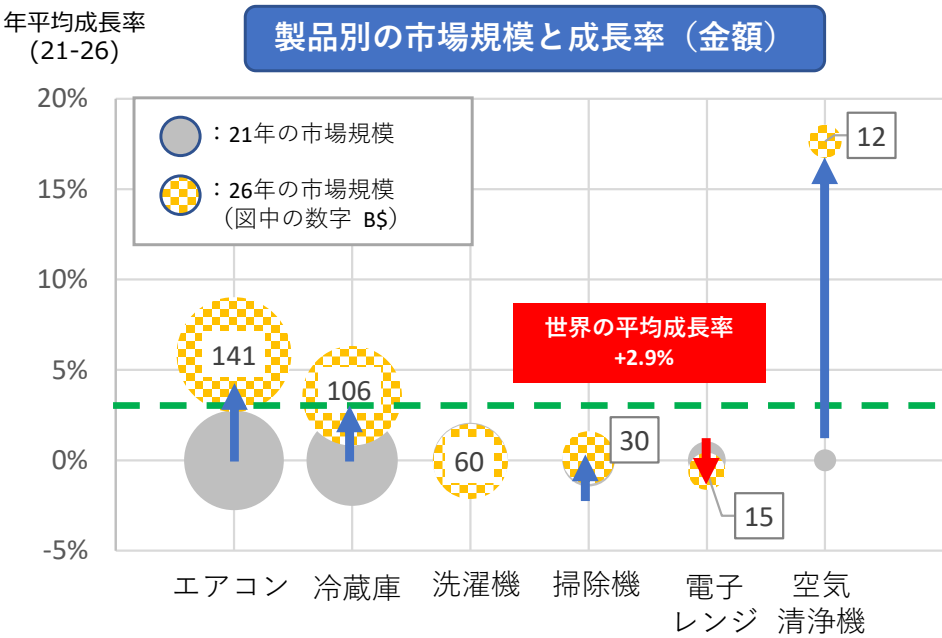
今回の調査では、**主要6製品(エアコン、冷蔵庫、洗濯機、掃除機、電子レンジ、空気清浄機)、7地域(アジア、北米、中南米、西欧、東欧、中東、アフリカ)**に分類、アジアは主要国まで細分化して中期的な分析を行った

地域ニーズへの対応と今後のあるべき姿



II グローバル白物家電の予測結果

- 白物家電(主要6製品)の年平均成長率(2021-2026年)は、+2.9%(金額)に留まる。
- 白物家電全体の成長率は高くないが、環境対応や省エネ効果の期待できる**エアコン、冷蔵庫、空気清浄機は高成長**と予測。



III 地域別の白物家電の中期予測

- **アジアオセアニア、中南米、アフリカが中期的に成長**すると予測。
- アジアオセアニアは、現在でも世界シェア比率が高く、過半数を占めているが、中南米、アフリカに次ぐ成長率で、今後もターゲット市場である。将来的に価格競争から「SDGs×家電」へのシフトも期待される。
- 今後**高付加価値ニーズの高い先進国も日系メーカーのターゲット**。

地域別の中期予測 (金額)

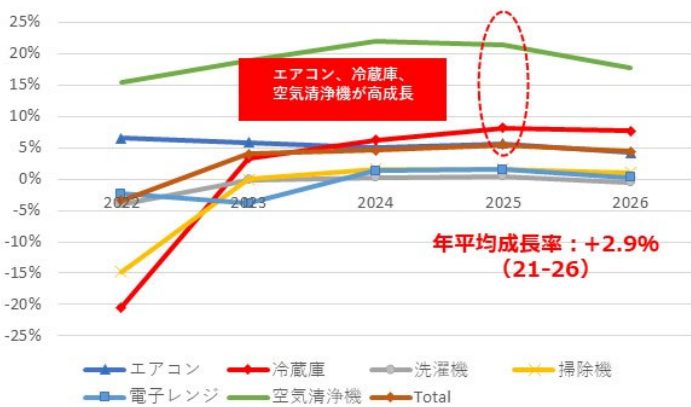
地域	年平均成長率 (21-26)	構成比 (26)
アジアオセアニア	+3.3%	51%
北米	+2.3%	14%
中南米	+4.1%	8%
西欧	+2.0%	13%
東欧	+0.4%	6%
中東	+2.6%	5%
アフリカ	+4.3%	4%

注: アジアオセアニアの構成比が過半数を占める

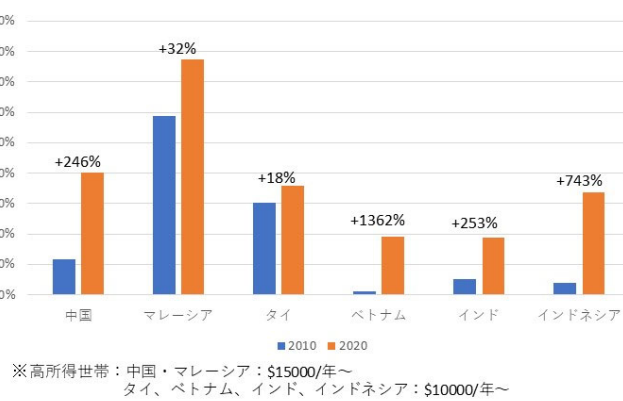
IV 成長を継続するアジア各国の状況

- **アジア主要6か国の主要6製品の年平均成長率(2021-2026年)は、+2.9%(金額)**。
- 所得増加に伴うASEAN諸国の普及進行、中国市場の買替え+高所得世帯の増加⇒高付加価値品を求める傾向が強まる。

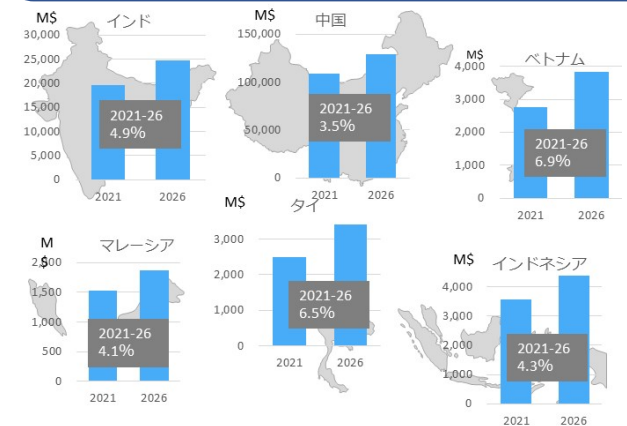
アジア6か国の製品別中期予測 (金額)



高所得世帯*の比率 (2010/2020年)

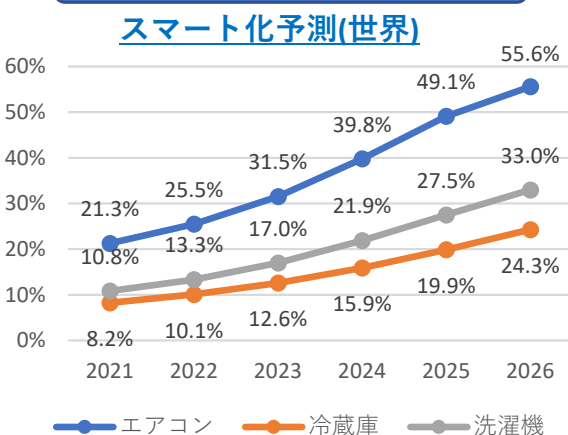


アジア6か国の市場規模予測 (金額)



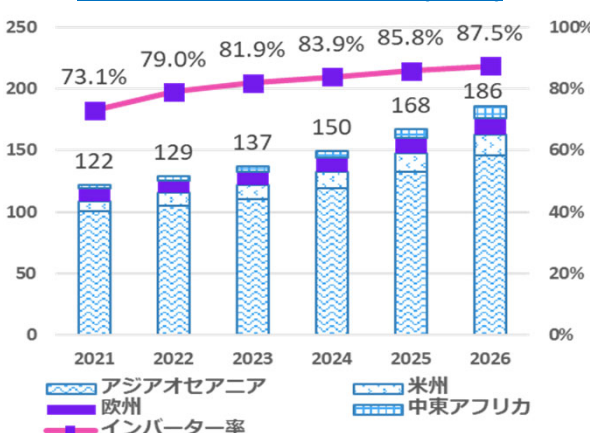
V 白物家電の付加価値向上戦略と日系家電メーカーが進むべき方向

主要3家電のスマート化率



環境対応(サステナビリティ)

インバータエアコン予測(世界)



- **サステナビリティを実現するために白物家電に課せられた課題は、省エネ性能が高く持続可能な消費が出来る「SDGs×家電」開発。**
- 「SDGs×家電」は消費者と生産者の両者にメリットあり。
- 「SDGs×家電」が進む欧州では、「IFA2022:サステナビリティ」で下記のような製品が多くみられた。今後地域特性に合わせた対応製品の開発が進むことが期待される。
 - ・**エネルギー効率の追求**
→エネルギーラベル高評価、ヒートポンプ市場需要拡大
 - ・**製品寿命の長期化**(産業廃棄物削減)
→欧州ではメーカーが長期保証を確約
 - ・冷蔵庫における**食品の品質保持**(長期保存)
 - ・洗濯機における**洗剤自動投入**(過剰投入防止)

※注: 上記の分析と図表の内「高所得世帯の比率」のみ各国の国勢調査をもとにOmdiaが作成。それ以外はすべてOmdiaによる。