

白物家電におけるサーキュラーエコノミーグローバル調査 エグゼクティブサマリ

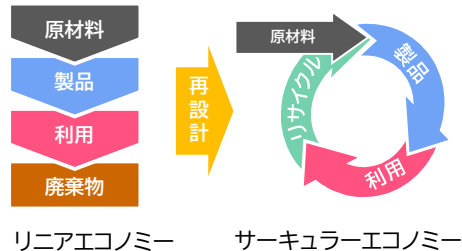
I サークュラーエコノミー(CE)の概念と進められている背景

■ サークュラーエコノミー(CE)とは、これまでの生産→消費→廃棄という線形経済を見直し、シェアリングや製品リユース、リサイクル等、**循環型の消費形態・事業を拡大させるという社会システム・経済モデルの概念**である

■ 現在CEへの移行の取組みが進められている背景には、**環境問題や資源枯渇**の他に、**資源の安定調達**といった経済安全保障上の問題、**消費者の意識変化**等がある

今回の調査では、白物家電で求められるCEの全体像や、取組むべき方向性を整理するため、先行事例調査、国内消費者アンケート調査、有識者ヒアリング等を実施

社会経済のCEへの移行が求められている



II 家電業界におけるCEの拡大のインパクト

①グローバルなCE政策の拡大

- EUは製品ライフサイクル全体にわたる**CE推進政策**を導入
- 修理権、再生材使用義務等、**既存の事業モデルの変更が迫られる**

日本やアジア等の政策にも影響
従来型の家電ビジネスへ影響



②日本の消費者意識の変化

- 日本は欧州よりやや環境意識低いものの**若者で環境意識が高まっている**
- 「所有しない消費」等、**従来と異なる消費価値観**も広がっている

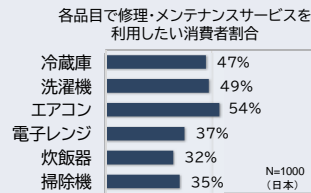
III CEへの消費者ニーズと取組みの事例

■ CEの取組みは【A】**ユーザー長期使用**(製品寿命を延ばす取組み)、【B】**リコマース**(新品の売り切りではない循環型流通)、【C】**資源循環の高度化**の3領域にまたがり、具体的取組みはA~C全体に関わる①環境配慮設計と事業としての以下①~⑦のパターンに分類できる

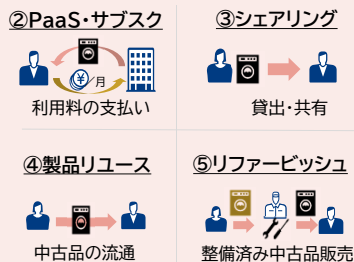
【A】ユーザー長期使用



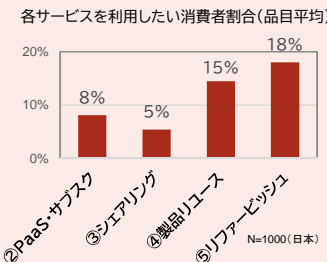
- **消費者ニーズは比較的高く**、メーカーによるサービスへ期待高い
- 修理は**コストの高さ**が課題
- 欧州では**修理する権利**への対応が拡大



【B】リコマース



- 家電のリコマースは全体的に消費者ニーズが低いが、**リファバービッシュ**では2割弱に達する
- **消費者属性(年齢等)**でニーズには差
- 既存のビジネスモデルとは異なる流通形態が**メーカー以外を含めて社会全体で拡大**し始めている



【C】資源循環の高度化



- **再生材使用製品**を使用したい消費者は**2割強**
- 近年では解体自動化等、**高度化・効率化の取組み**が存在
- EUでは**再生材使用義務**が家電以外の品目で広がっており、将来は**家電業界へも波及**する可能性がある

IV 白物家電のCEに関して取組むべき方向性

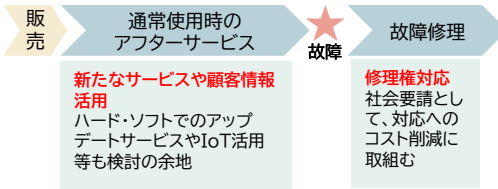
- 白物家電のCEを進めるために、家電製品のライフサイクルの各段階において産官学の各主体による幅広い取組みが求められる
- 特にメーカーは、比較的消费者ニーズのある**修理・メンテナンス**と**リファバービッシュ**に関し、従来対応を超えた積極的な取組み検討が急務

白物家電で想定される各主体による幅広いCEに対する取組み

(前提)ビジョン設定	産官学でCE全体や業界としてのゴールを検討・設定
①環境配慮設計	以下①~⑦の実施に適したライフサイクル設計を推進
①修理・メンテナンス	修理体制とアフターサービスから派生する事業を強化 修理サービスへの市場ルールを整備
②PaaS・サブスク ③シェアリング	ニーズの高い消費者層向けのサブスクやシェアリングサービスを創出
④製品リユース	増加するリユース需要に対応した事業拡大
⑤リファバービッシュ	メーカー関与のリファバービッシュ事業を創出 製造物責任等を含む法的整理の検討実施
⑥高度なリサイクル ⑦再生材の利用	家電リサイクルにおける選別技術やプロセスの高度化、自動化等 再生材等の使いこなし技術の向上による使用部品・使用量の拡大

①修理・メンテナンスへのメーカーの取組みポイント

- 修理やアフターサービスを契機として、**IoT等を活用した新サービス**や、**顧客リレーション活用によるCEの枠を超えた事業への展開**



⑤リファバービッシュへのメーカーの取組みポイント

- メーカー参入にあたっては、二次流通のルート確保のため、**直販・PaaSの拡大**や**既存の小売企業等との連携**も一案

