

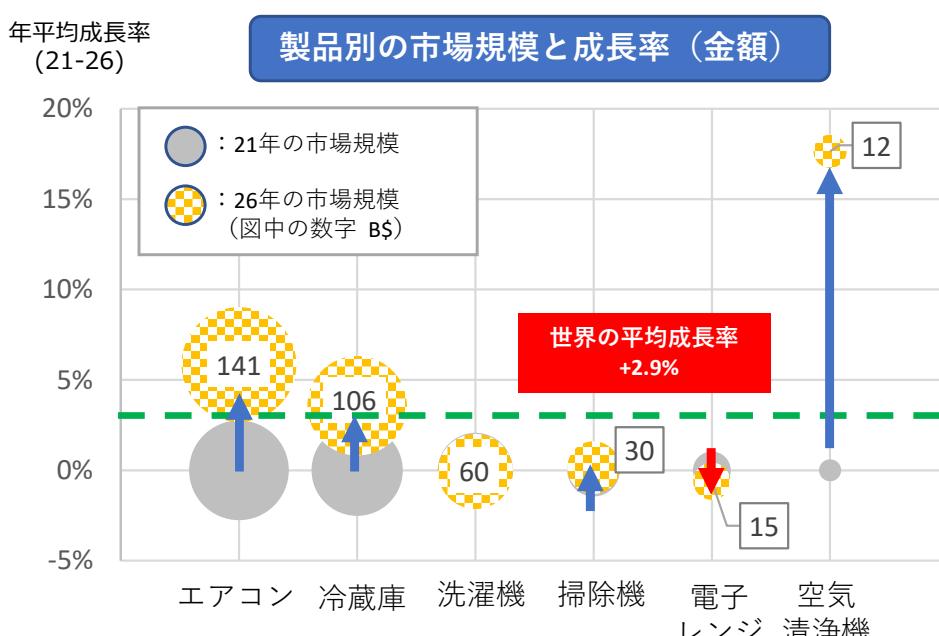
エグゼクティブサマリ

I グローバルにおける白物家電市場の概況

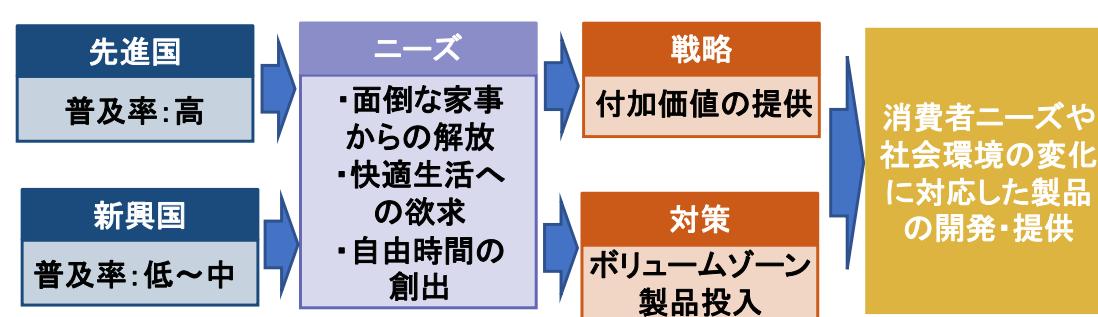
- 中期的に見た白物家電市場は、**年平均成長率(2021-2026年)：+2.0%(台数)、+2.9%(金額)**。この中で、製品や地域の成長要因を把握し、ターゲットを絞ってビジネスを行うことが重要。
- 先進国にはスマート化や「SDGs × 家電」など付加価値で、新興国には普及率向上を目指した価格戦略が必須。白物家電は地域によってニーズが異なるため、地域ニーズに合った製品開発が必要。
- 今回の調査では、主要6製品（エアコン、冷蔵庫、洗濯機、掃除機、電子レンジ、空気清浄機）、7地域（アジア、北米、中南米、西欧、東欧、中東、アフリカ）に分類、アジアは主要国まで細分化して中期的な分析を行った

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。

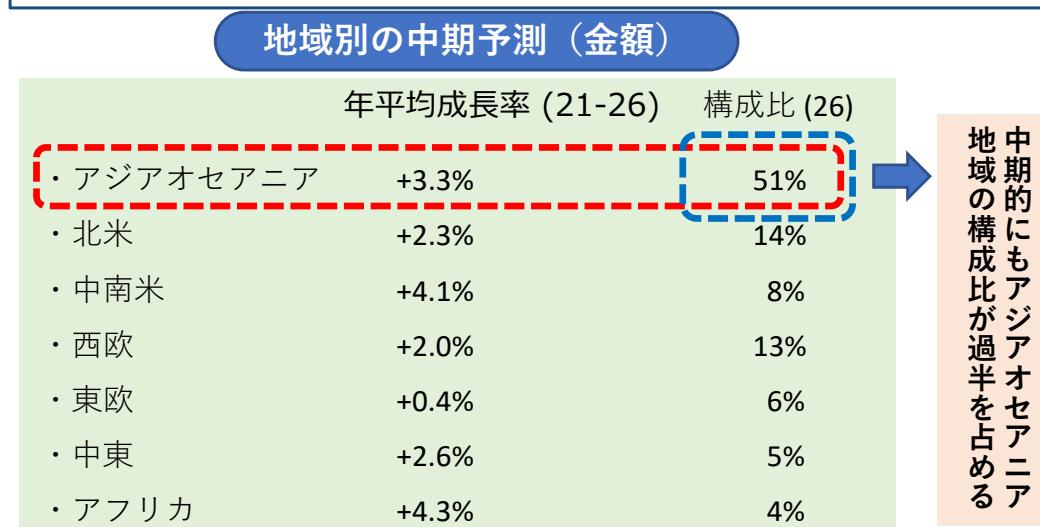


地域ニーズへの対応と今後のあるべき姿



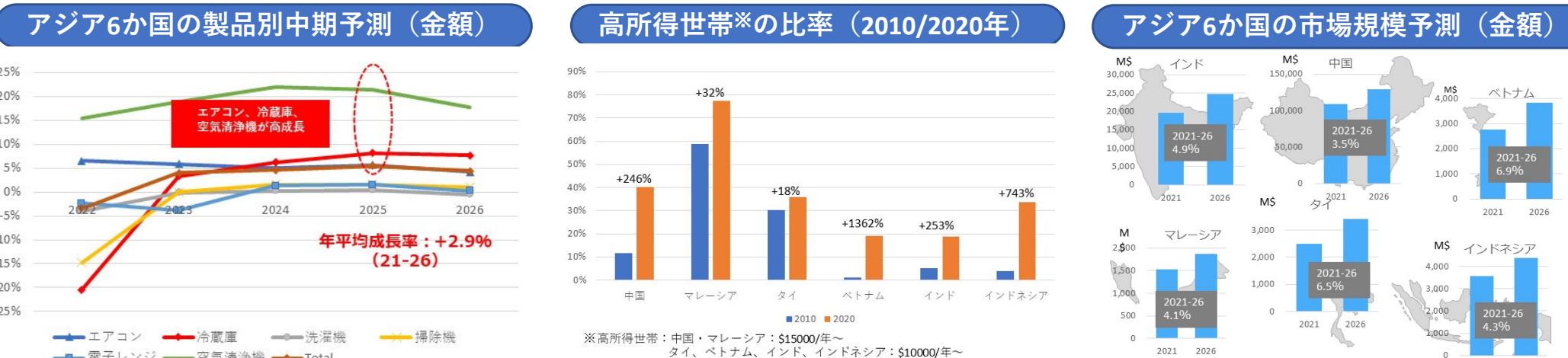
III 地域別の白物家電の中期予測

- 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**。

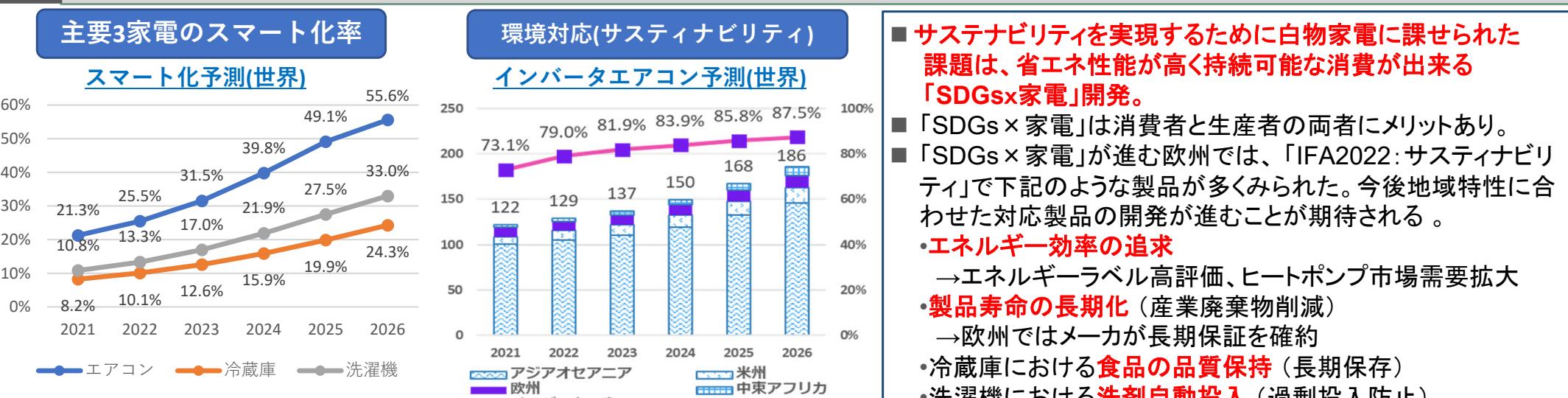


IV 成長を継続するアジア各国の状況

- 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。



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



※注：上記の分析と図表の内「高所得世帯の比率」のみ各國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。