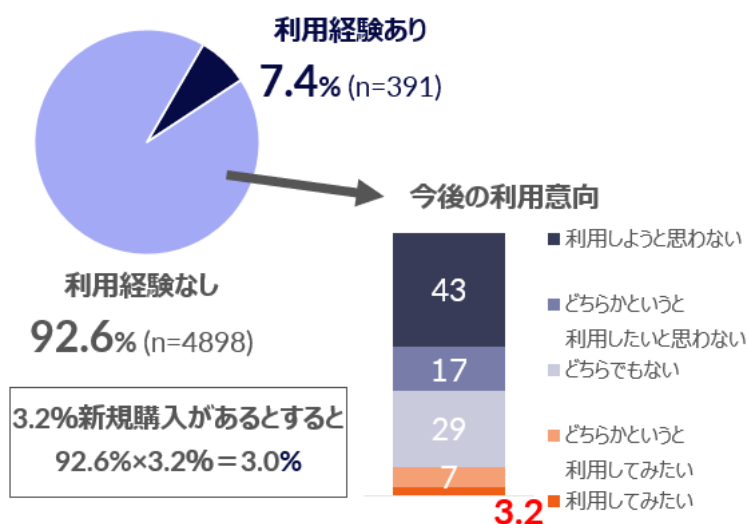


持たない時代の到来？ - 中古・リファービッシュ家電などの購入実態調査より -

GfK/NIQ Japanは、家電普及と購入方法に関するインターネット調査を実施し*、調査の一部である家電のサブスクリプションに関する調査結果を紹介するオンラインセミナーのオンデマンド配信を開始した。

11月5日(火)まで期間限定でオンデマンド配信している本セミナーでは、24年4月に行った家電の購入実態調査の中でも特に動向が目立ったサブスクリプションに焦点を当て、分析結果を紹介している。サブスクリプションとは、商品やサービスを購入することなく、一定の期間、サービスや商品を利用できるビジネスモデルである。一般的に料金を支払っている間は自由に商品やサービスを利用できるが、契約が終了するとそれらは利用できなくなる。



GfK/NIQ Japanが5,000人以上の対象者に実施した調査によれば、家電におけるサブスクリプションの経験者は全体の7.4%であった。また、利用経験のない回答者のうち3.2%が今後の利用意向を示しており、家電のサブスクリプションの利用者は10%まで増える余地がある。「処分の手間が要らない」や「普段使わないような製品が使える」などのサブスクリプションによるメリットの認知が拡大すれば、更なる利用者増加の可能性もあるだろう。

サブスクリプション市場の拡大は、利用者の増加のみならず、家電購入サイクルの前倒しや新品購入のきっかけに繋がることも期待できる。家電の購入方法や所有スタイルが多様化する中、サブスクリプションの潜在的市場の展開に注目したい。

※「家電普及と購入方法に関する調査」概要

- 調査期間：2024年4月17日～4月23日
- 調査対象：日本在住の18～69才の男女
- サンプル数：5295ss
- 調査方法：インターネット調査
- 回答者属性：性別、年代、居住地域、世帯年収、世帯構成、住居形態、他
- 調査内容：家電62分類の所有状況、購入時期、購入場所、購入状況（新規/買替/買増）購入、前機種の使用年数、使用頻度、今後の購入意向、最新家電への関心、ブランドへの意識、中古・リファービッシュ・CtoC・サブスクの認知、利用経験、理由、今後の利用意向、他

GfK Japan Seminar 2024：「持たない時代の到来か？家電サブスクの今後」

本リリースでご紹介した消費者調査をご案内するウェビナーを実施いたします。是非、ご参加ください。

【開催日時】2024年11月5日(火)まで 【開催形式】オンデマンド配信

【参加費】無料 【参加方法】以下からご登録ください。視聴リンクに誘導いたします。

参加リンク：<https://insights.gfk.com/ja/mi-202410>