

# 製品・サービス展開の在り方②

2022年6月

製造産業局

生活製品課

**1. 背景**

**2. 製品・サービス展開に関する動向**

**3. 本日はご議論いただきたい内容**

# 本研究会の趣旨

- デジタル社会の到来等、大きく経済・社会構造が変化する中で、今後の生活製品産業に関して議論・検討するもの。

## 問題意識

- **日本製品は高い品質を有しているとの評価あり。**

「日本の製品は優れていると思うかどうか」との問いに対して、20カ国・地域全体で8割以上の人  
が「優れていると思う」と回答。

出所： 電通ホームページ

- **一方で、海外からの安価な製品等に押されている品目が存在。**

例えば、衣料品の輸入浸透率は97.9%（点数ベース/2019年）。

出所： 「日本のアパレル 市場と輸入品概況」（日本繊維輸入組合）



**今後、モノを通じて市場にいかなる付加価値をもたらすのかといった競争になることが見込まれ、いかに付加価値を付けるかが重要。**

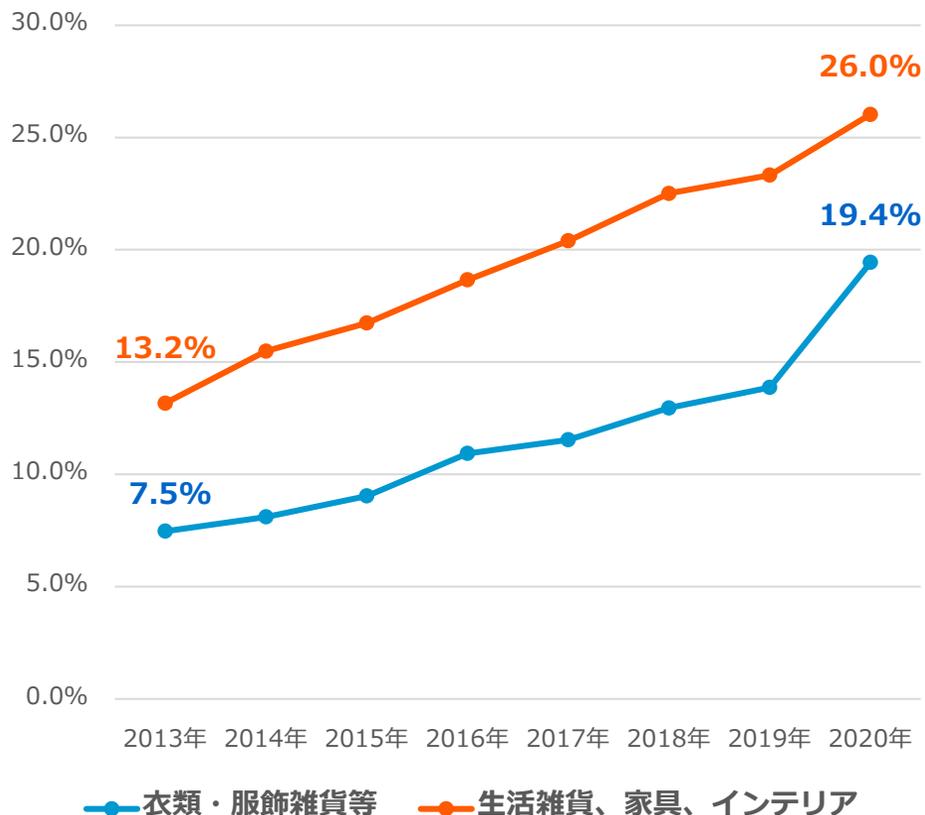
## 議論対象

	主な対象製品
繊維製品	衣料品、寝具、カーペット、カーテンなど
日用品	家具、文房具、玩具、楽器、食器・調理器具、伝統的工芸品など
住宅・住宅設備	住宅、トイレ、バス、キッチンなど

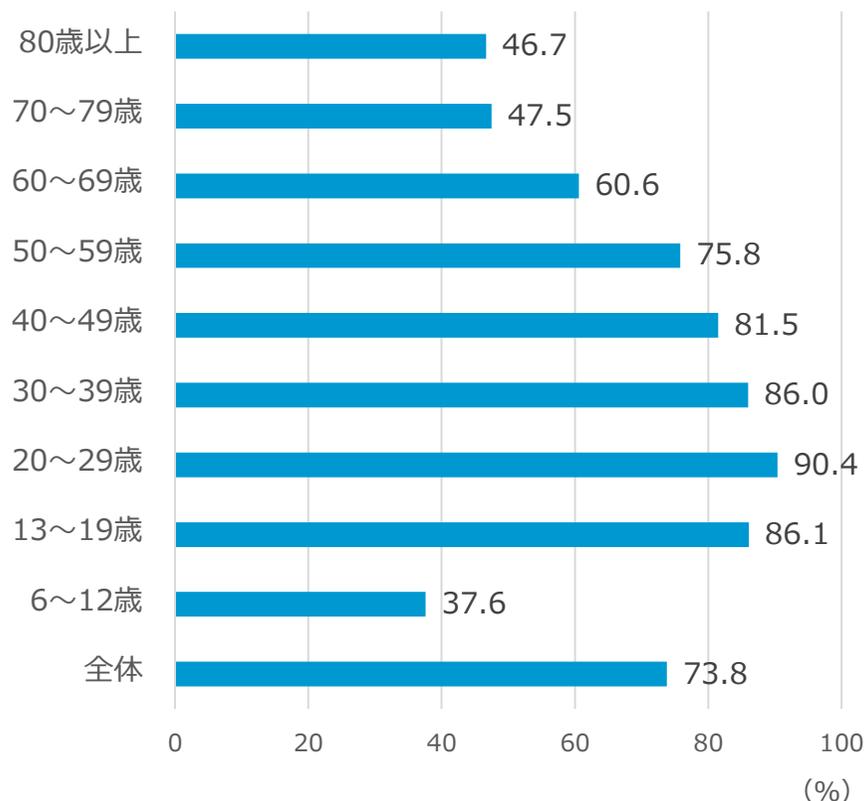
# オンライン消費の拡大

- インターネットやスマートフォンの普及により、オンライン消費やSNS（Social Networking Service）の利用が拡大。
- DtoC（Direct to Consumer）などの新たな販売方法が出てきている。

## EC化率の推移



## SNSの利用状況 (2020年)



資料： 電子商取引に関する市場調査

※ ここでのSNSとは、Facebook、Twitter、LINE、mixi、Instagram、Skypeなどを指す。  
資料： 令和3年通信利用動向調査（総務省）

1. 背景

2. 製品・サービス展開に関する動向

3. 本日はご議論いただきたい内容

# 提供方法の変化

- 消費行動時間が減少していく中で、サブスクリプション・サービスや、インターネットを通じてカスタマイズした商品を提供する取組が進みつつある。

## 【事例】服の定額サービス

- airClosetは衣料品のサブスクリプション・サービスを展開。
- 顧客のパーソナルな情報を基にスタイリストが服をセレクトし、自宅に配送。



出所： 株式会社エアー Closet ホームページ



## 【事例】オンラインでのオーダースーツ購入

- 事前にサイズ測定をすれば、必要になった時にオーダースーツをネットで注文することが可能。
- リアル店舗においては、採寸を通じた“体験”を実施。リアル店舗で大量に在庫を抱えない仕組みを構築。



出所： 株式会社FABRIC TOKYOホームページ

# 仮想空間への進出

- オンライン販売がより進むと、仮想空間での体験が広がると想定される。
- アバターによる試着体験の開発が進んでいるほか、メタバースに関する動向が注視される。

## 【事例】アバターによる服の試着

- ソフトバンク、ZOZO NEXT、MN インターファッションは、3Dバーチャルアバターを活用して、オンラインでバーチャル試着が体験できるサービスを開発。



出所： ソフトバンク株式会社ホームページ

## 【参考事例】NFTの活用

- アンリアレイジは、NFTを活用してコレクション販売を実施。
- メタバース上での作品発表なども進めている。



出所： 株式会社アンリアレイジホームページ

# IoTの進展

- 家電で進みつつあるIoT製品だが、衣料品などの分野でも徐々に開発が進んでいる。さらに、家の中にあるIoT製品を把握する取組も出てきている。

## 【事例】体の動きの把握

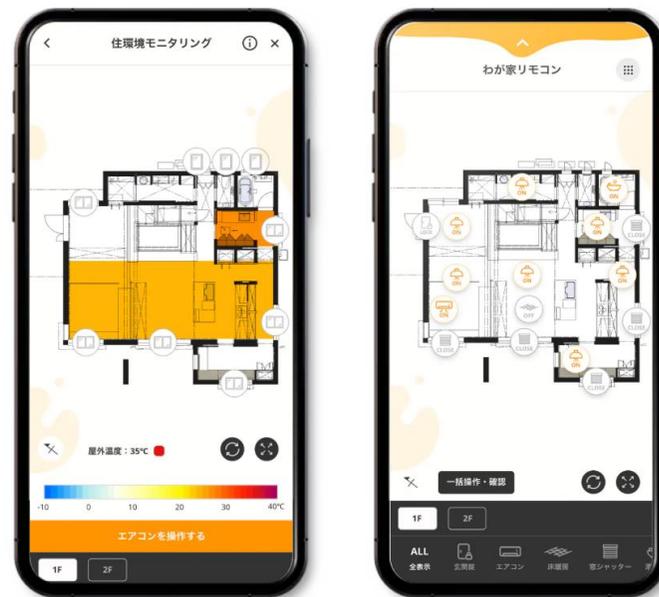
- 帝人フロンティアは、繊維技術を活用し、睡眠状態やゴルフ時における体の動きを分析し、スマートフォン等を通じてアドバイスする製品・サービスを展開。



出所： 帝人フロンティア株式会社ホームページ

## 【事例】スマートホーム

- 積水ハウスは、IoT機器からのデータを蓄積し、在宅中、外出中に関わらずスマートフォンアプリから住まいの状態を確認・操作できるサービスを展開。



住環境モニタリング

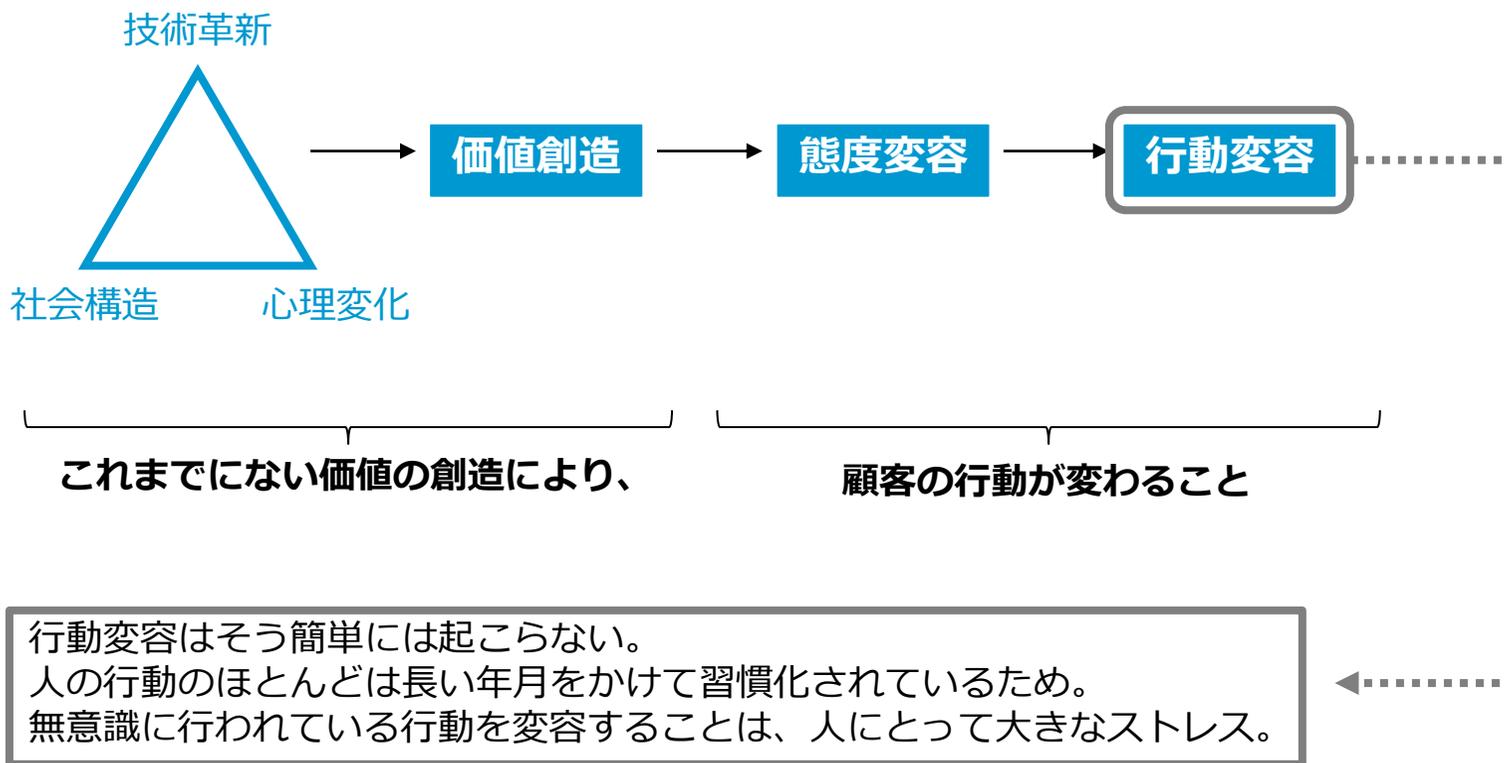
わが家リモコン

出所： 積水ハウス株式会社ホームページ

## (参考) 行動変容までの道のり

- 新しい製品・サービスを消費者や企業の日々の活動や行動の中に浸透させることこそがイノベーションの本質との指摘がある。

### イノベーションストリーム



資料： 「イノベーションの競争戦略: 優れたイノベーターは0→1か? 横取りか?」 (内田和成 著) を基に作成。

**1. 背景**

**2. 製品・サービス展開に関する動向**

**3. 本日は議論いただきたい内容**

# 本日も議論いただきたい内容

- 製品とサービスについて、どのような関係性が望ましいと考えるか。
- デジタル社会が到来している中、生活者との接点の増加が可能となっている。その意義についてどのように考えるか。また、デジタル社会の到来は、異業種連携等の上では、どのような意義があると考えるか。
- 今後、Z世代などの若い世代が消費の中心になっていくと考えられるが、どのような製品・サービスの提供が望ましいと考えるか。
- 生活者・消費者の製品・サービスに求める付加価値とはどのようなものだと思われるか。
- 製品・サービス提供に関して付加価値を高める上で、どのような策が考えられるか。