



Connected &
Mobility Services

Features-as-a-Service

FaaSがもたらす新たな自動車ビジネスモデルのロードマップ

現在、多くの OEM が自動車に様々なソフトウェアを組み込んでいます。こうしたソフトウェアは自動車のさらなる領域に拡大しており、機能の収益化をポイントオブセールスからアフターセールスに移行する機会が増加しています。このFaaS（Features-as-a-Service）と呼ばれるビジネスモデルにより、OEMへは新たな収益源がもたらされ、新たなプレーヤーにとっては道が開かれることになります。

しかしながら、業界全体でFaaSが採用されるには、OEM各社の飛躍的な進歩が必要です。OEMの多くが、自動車のライフサイクル全体でハードウェアコストを回収する最適な方法を検討する必要があります。同時に、OEMは競争の激しいFaaSのエコシステムで成功するための十分な準備をしなければなりません。これは、他の自動車メーカーだけでなく、スタートアップ、サプライヤー、テクノロジー企業、エンターテインメント企業など、さまざまな新興プレーヤーの一步先に行くことを意味します。

本書では、FaaSエコシステムを深く掘り下げ、どの機能が最も成功し得るかを特定し、これまでのモデルの実際の成功事例の評価を行っています。また機能の商用化に成功したOEMおよび、この成功を再現しようとする他のOEMの取り組みを分析するとともに、FaaSモデルに対する消費者の意識に関するインサイトを提供します。



目次

はじめに

要旨

FaaSとは？

OEMの現状

商業的成功の条件

消費者の反応

将来の動向

関連レポート

**ソフトウェア・ディファインド・ビークル：
ビジネスモデル、コアテクノロジー、サプライチェーン**
レポート番号：636

本書ではソフトウェア・ディファインド・ビークルについて詳説するとともに、クロスプラットフォームソフトウェアによる継続的な更新および保守が可能な車両を構築するためには、どのようにプラットフォームやサービスを活用すべきかを検証する。

対象市場

欧州 北米 中国
日本 グローバル その他

レポート発行頻度

1
毎年更新 半年更新 四半期更新 毎月更新 ワンタイム

レポート形態

PDF PowerPoint Excel Online

ページ数

50+

FaaSは単なる機能の問題ではない

1 FaaSの主な牽引要因とは？

Tesla、Volkswagen、Stellantisなど、Features-as-a-Service (FaaS) に賭けようとしている自動車メーカーが増えている。狙いは、先進的なアーキテクチャを利用して自動車のライフタイムが終わるまで機能をアップグレードし、そこから収益を得ることである。

2 FaaSに消費者の需要はあるか？

理論上FaaSは課金モデルの変更にすぎないが、実際には社内文化の大幅な変更と運用の洗練化なしでは潜在メリットを最大限に実現できないことが多い。また、同時に消費者の慣行の変化も必要であるが、車両セグメントの大半で変化が実体化するまでには時間がかかるであろう。

3 FaaSを導入するOEMは増加するか？

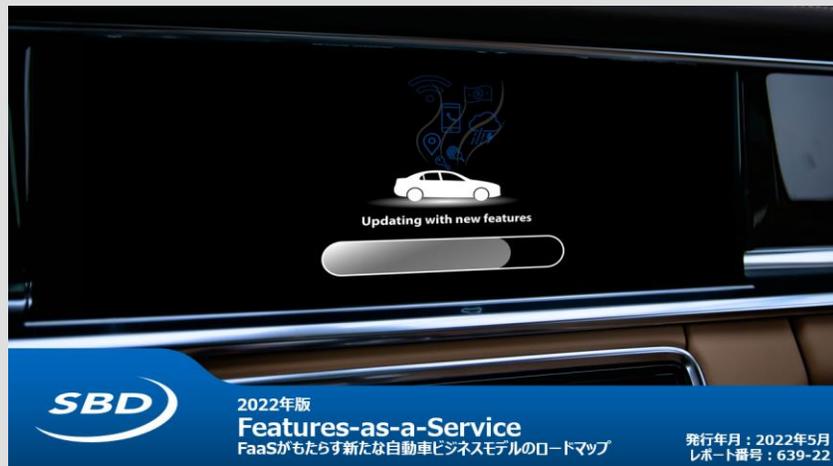
本書では、FaaSの将来動向を左記の視点で分析し明らかにすることを目的としている。

SBDカスタマーポータル

ご契約いただいたレポートへはお客様専用ポータルサイトからアクセスいただけます。

ポータルサイトのアカウントはご契約企業ごとに作成され、ご契約企業に所属する方であれば登録ユーザー数に制限はございません。

ご契約状況の確認や、ポータルサイトへの新規ユーザー登録をご希望の場合は、SBD Automotive ジャパンまでお問い合わせください。



本書に関するお問合せ・お見積り依頼 「Features-as-a-Service FaaSがもたらす新たな自動車ビジネスモデルのロードマップ」

お問合せ・お見積り依頼



サンプルレポートの無料ダウンロード

