

サブスクリプションサービスの収益モデル構築と活用の可能性

21811064 大野将来

1 はじめに

本研究は、サブスクリプションサービス（以下「サブスク」）の共通の収益モデルの構成、問題点の把握を通じ、サブスクリプションの特性を最大限活用するための条件の構成と、サブスクが最も適する商品を探すことを目的としている。

2 研究と調査の手法

(1)春学期より継続して事例収集と文献調査を行い、(2)収集した事例の深掘り。具体的には、同じ製品を買い切りモデルで購入した場合との比較を行い、事例から浮かんだ商品のコスト性質の分析を実施した。

3 フィッシュモデルと損益分岐点

サブスクは短期間で一気に収益を高めるよりも、長期的な収益と顧客接点の維持をもって、経営の基盤を手堅いものとする事に向いた支払形態である。失敗したサービスの中には短期的に利益を上げようとして失敗した事例も多くあり、決して無敵の収益モデルであるとは言えない。

ここで重要になってくるのが、フィッシュモデルというサブスク独特の損益モデルである。これは、損益をグラフに示した際に損益分岐点までのコストと利益の変動が魚拓のような形になることからこう呼ばれる。

このモデルから、サブスクはキャッシュレスと同様、サービス開始序盤は採算度外視で振舞い、顧客獲得に貪欲でなければならぬという言える。

4 サブスク成立と最適解商品

サブスクは顧客と企業のコネを強固なものにできる。顧客は毎月利用料を支払い、企業がサービスを継続して提供していくというのがサブスクのあるべき姿である。それゆえ、そのサービスが扱う製品が高手が出にくいものであればあるほどサービスをもって顧客の心をキャッチできる。一方で、消耗品と食品であっても、何度も買い替える定期購入という形で顧客と取引を重ねることができる。

情報の非対称性とライフサイクルもここに関わってくる。手続きが煩雑であればあるほど、手続き代行という形でサービス展開が可能であるし、車検などメンテナンスが必要であればそれもサービス需要が見込めることになる。

そのため、扱う商品を所有するにあたりどのようなコストがかかるかを把握することがカギとなる。

これらから導き出せる条件は、

1. 維持費、交換など継続した負担が発生する商品が対象であること
(課税対象であればなおよい)
2. 購入の際に情報の非対称性が発生する商品が対象であること
3. 商品寿命が極端に長い、もしくは短い商品が対象であること

の3点となる。この中のいずれか2点を満たす商品こそが、サブスク適性の高い商品であると言えるだろう。

参考文献

雨宮 寛二「サブスクリプションのビジネスモデル分析と考察」(最終閲覧日: 2021 年 08 月 27 日)

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jasmin/202011/0/202011_33/_article/-char/ja/

サブスクリプション 2.0-衣食住すべてを飲み込む最新ビジネスモデル

日経クロストrend編 2021/5/10 kindle にて閲覧

Amazon の利用に関する調査結果 (最終閲覧日: 2020 年 05 月 24 日)

<https://research.nttcoms.com/database/data/002069/>

Microsoft Teams ユーザー数推移 (最終閲覧日: 2020 年 05 月 24 日)

<https://livecomputing.co.jp/blog/information-business-strategy/microsoft-teams-dau-1-1-million/>

内閣府 令和 2 年度 年次経済財政報告 (最終閲覧日: 2020 年 07 月 19 日)

<https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je20/index.html>

NISSAN ClickMobi(最終閲覧日: 2021 年 09 月 27 日)

<https://ws.nissan.co.jp/>

日産のサブスク「NISSAN ClickMobi (クリックモビ)」とは?

https://jidouten-lab.com/u_nissan-click-mobi#_-3

この卒業論文は、中庭ゼミホームページにて公開しています。

<https://sites.google.com/a/tama.ac.jp/nakaniwasemi/>