

# サブスクリプション・ソリューション

サブスクリプション・ビジネスの企画立案から業務設計・導入をトータルで支援

## サブスクリプション型ビジネスが広がる背景(モノからコトへ)

近年の消費行動に見られる「モノからコトへ、所有から利用へ」の移行は、企業の異なるビジネスモデルへの変革を促進しています。その変革手段の一つとして、企業と消費者を「継続的な利用」で結びつける「サブスクリプション型のビジネスモデル」は世界的に拡大を見せ、スタートアップ企業だけでなく大手企業においてもトライアルが進み模索段階にあります。しかし、日本の大手企業では社内マイルストーンによる実行への圧力や、投資リスク軽減のために一定規模の投資が承認されずビジネスを小さく始める必要があるなどといったことに阻まれ、ビジネス変革に向けた取組みがうまく進まないケースが多く見られます。

アビームコンサルティングはこのような企業の変革ニーズに対して、新規ビジネスの構想策定から業務・システムの本格展開まで一貫してソリューションを提供します。

## プロダクト販売型ビジネスとサブスクリプション型ビジネスの違い

「付加価値の高い良いモノを、より多く、効率的に顧客に届ける」ことが重視されてきたプロダクト販売型ビジネスに対し、サブスクリプション型では継続的な顧客満足度の最大化を念頭に、「常に改善されるβ版を、顧客にダイレクトに届け、顧客とより長い関係を継続する」ことが重視されます。また、商材の発展性を加味し、顧客ニーズに即してこれまでと異なる視点でビジネス構築を検討することが重要です。

### [ビジネス構築における視点]

	プロダクト販売型	サブスクリプション型
発想の起点	シーズ(企業起点)	顧客ニーズ(顧客起点)
提供する商材	付加価値のある完成品としての良いモノ(一時的な利用)	顧客ニーズに即したコト(体験) ※継続的に改善される続けるβ版
チャンネル	マルチチャンネルでモノを効率的に届ける	オムニチャンネルでコト(体験)をダイレクトに届ける
収益モデル	単品売り	継続的なサービス課金 + クロスセル / アップセル
重要指標	販売数 / 粗利率	LTV / 解約率 / 顧客獲得コスト

サブスクリプション型ビジネスモデルの構築は、達成したい目的を実現するための一手段でしかありません。また、定期課金(所謂リカーリング)だけを意味するものでもありません。「①各種囲い込み施策を通じ既存顧客と長期的な関係を実現する」、「②クロスセル・アップセルを通じ一顧客当たり収益を増加させる」、「③初期利用単価等を下げるにより新規顧客を獲得する」、等の目的を明確にした上で取り組むことが重要です。

### [目的と手段の設定]

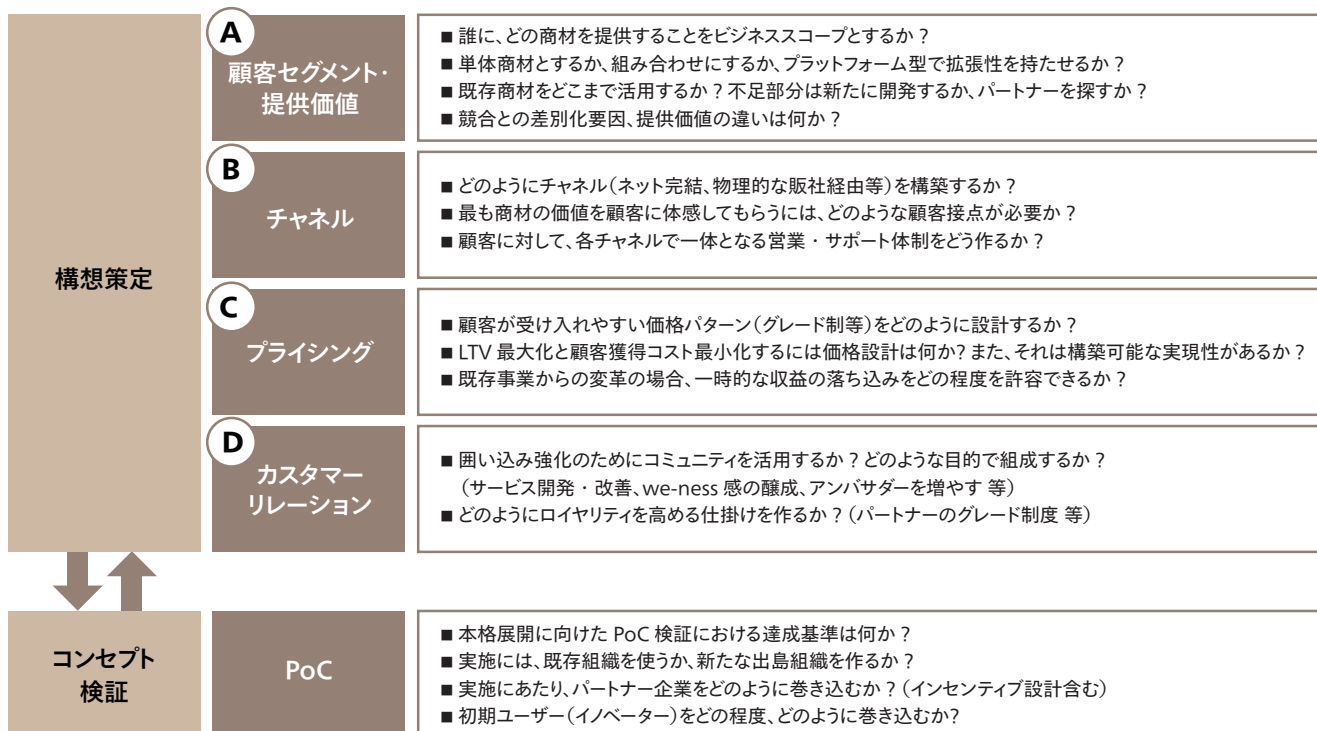
(機器メーカーを想定した例)

目的	手段
①既存顧客の囲い込み (長期的な関係構築)	“プロダクト”利用・買換時の他社への流出防止 顧客の用途に合ったプロダクト及び機能スベックを、シームレスで提供する
	“消耗品”における他社商材の利用防止 プロダクトの利用に、継続的に必要となる純正の消耗品をセットで提供する
	“付帯サービス”における他社商材利用防止 プロダクトの利用・維持に必要な付随サービスをプロダクト・消耗品とセットで提供
②一顧客当たりの 収益拡大	既存商材からの“アップセル” 既に利用されている定額・従量制からグレードの高い定額・従量性商材へ誘導する
	関連する商材への“クロスセル” 顧客の“ペイン”を特定し、新しい商材(ソリューション)を開発/提供する
③新規顧客獲得	既存顧客以外の新規顧客獲得 初期利用金額を下げる等により、既存顧客以外の新たな顧客を獲得し、囲い込みに繋げる

“サブスクリプション”  
といっても実現手段は様々。  
達成したい目的を明確にし、  
手段を検討することが重要

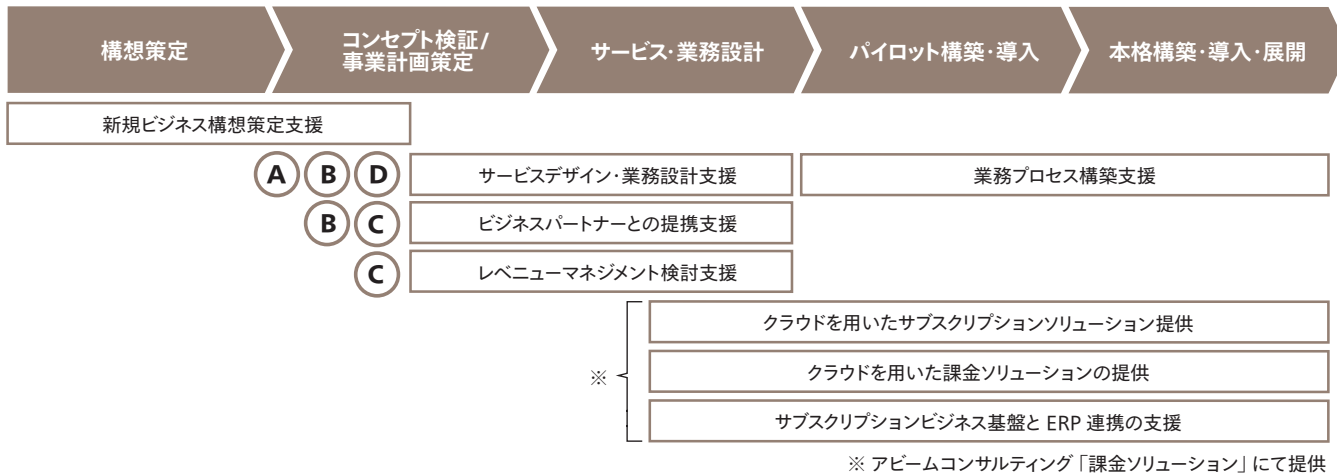
## サブスクリプション型ビジネスモデル構築における主要論点

サブスクリプション型ビジネスでは、達成したい目的を明確に定めた上で各種論点を潰し込む必要があります。アビームコンサルティングは、構想策定とコンセプト検証の両分野における幅広い知見を活かしお客様のビジネスモデル構築を支援します。



## サブスクリプション・ソリューションのサポート内容

構想策定からサービス展開までトータルなサポートを提供します。



## サブスクリプション・ソリューションの提供実績

アビームコンサルティングは以下をはじめとする各種インダストリーのお客様へのサブスクリプション・ソリューション提供実績を有しています。

