

サブスク導入の利点

サブスクリプション(定額制)ビジネスにはいろいろな側面がある。これまで2回にわたって取り上げてきたが、特に重要な側面は「顧客とオンラインでつながっている」という点だ。オンラインとオフラインのビジネスの融合は、ビジネスの革新で重要な意味を持つ。サブスクリプションだけに限定されるものではない。



伊藤元重の エコノウオッチ

き込まれやすい。しかし、鉱山用のタイヤなどBtoBのビジネスであれば、顧客の評価さえ得られれば、無用な価格競争に巻き込まれることはない。鉱山用のタイヤは、過酷な条件で利用される。さらにタイヤの環境や状況も多様だ。ブリヂストンの鉱山用のタイヤにはセンサーが入っていて、そこからいろいろな情報が常時送られてくるようだ。こうした情報を活用することで、個々の顧客に高い品質と効率的なメンテナンスを提供できる。こうしたタイヤをサブス

利用情報基に品質磨く

クリプション型で提供することも可能かもしれない。しかし、より重要なのは、顧客に提供した商品や顧客の情報がメーカー側に集まってくるのだ。その情報を分析することで、顧客により高い価値を提供できる。売り切りなのか、サブスクリプションなのか、の違いは重要ではない。ただ、仮にサブスクリプションのビジネスモデルにすることで、より濃密に顧客の情報が収集できるならそれは意味のあることだ。顧客の情報を詳しく分析することで顧客により高いサービスが提供できる。商品やサービスの提供側にとってもより高い利益機会につながるはずだ。Maas(マ

ス)と呼ばれる移動に対する総合的なサービスのプラットフォームなどは、その良い例だろう。顧客の利便パターンが蓄積されることで、サービスの提供もより高い価値のサービスを顧客に提供することができる。Maasのプラットフォームをどの企業が主導して展開するのかがひとつになると、例えば鉄道事業者のように顧客と日々つながりのある業者の方が有利だろう。ただ、自動車メーカーでも、自動車を売り切りにするビジネスモデルではなく、利用してもらうことで課金するサブスクリプションモデルを採用することで、顧客と継続的につな

がることのできる。そのつながりを通じて多様なサービスを提供することができるとは。多くの業界でサブスクリプション型のビジネスが展開できないかどうかの模索が続いている。中には、本当にサブスクリプションにすることでビジネス上のメリットが得られるのか首をかしげるようなケースも少なくない。しかし、オンラインでの顧客との結びつきを強化することがビジネスの幅を広げてくれると期待されるのなら、あえてサブスクリプション型のサービスの導入に踏み切るといって過言もあるかもしれない。(学習院大学国際社会科学部教授)

*この記事・写真は日本経済新聞社の許諾を得て転載しています。無断転載、複製を禁じます。