

## 「サブスクリプション」の本質はビジネス革命

～自動車、機械、あらゆる分野で広がる「サブスク」の本質とは～

ビープラッツ 株式会社  
代表取締役社長  
藤田 健治



株式会社 サブスクリプション総合研究所  
取締役 兼 主席研究員  
藤原 大豊



(ご登壇順)

### 目 次

#### 藤田 健治講師

はじめに .....	1
1. 自己紹介「サブスクリプションを日本で一番知っている男」 .....	1
2. いま「サブスクリプション」が新しいビジネストrendと言われる理由 .....	2
3. サブスクリプションと既存ビジネスの違い .....	10
4. 密接な関係にある「デジタルトランスフォーメーション (DX)」と 「サブスクリプション」 .....	12
最後に サブスクリプションを取り巻くビジネスチャンス .....	15

#### 藤原 大豊講師

はじめに .....	16
1. サブスクリプションの本質とは.....	16
2. サブスク会計とは.....	17
3. サブスクの醍醐味「定期収益」とは .....	17
4. 定期収入の安定性と予測可能性.....	21
5. サブスクの投資とリターン.....	25
6. まとめ.....	27

「サブスクリプション」の本質はビジネス革命

ビープラッツ 株式会社 代表取締役社長 藤田 健治

## はじめに

一般的には「サブスクリプション」ということばを聞くと、定額課金や、Netflix や Spotify のような音楽、動画サービス業界をイメージする人が多いだろう。今回は「サブスクリプション」について、BtoB やあらゆるビジネスで非常に役立つ考え方であり、新しいビジネス変革・ビジネス革命の一つである、という視点から解説する。

### 1. 自己紹介「サブスクリプションを日本で一番知っている男」

三井物産 株式会社入社後 14 年ほど、商社で情報システムの営業に携わり、2002 年、シアトルで起業したスタートアップベンチャーで、Microsoft などのソフトウェアライセンスをオンライン販売する会社に投資をし、日本での商圏を取得。日本での法人(三井物産 100% 子会社)の社長に就任した。実はこの「ライセンス」が、ソフトウェア業界におけるサブスクリプションのはしりである。

Microsoft、トレンドマイクロ、Adobe などのように、ソフトを利用するために契約を必要とする「権利」を「ライセンス」と言うが、それらを継続して利用するための権利は毎年更新する必要がある、ルールも年々変化してきている。サブスクリプションで成功しているといわれているのが、Adobe の「Creative Cloud」であり、パッケージ販売を一切やめ一気にサブスク化したため、株価も事業収益性も上がっているといわれている。

このように 1999 年頃からソフトウェア業界の用語として「サブスクリプション」ということばが使われ始めたが、Google が初めて「クラウド」ということばを作り、クラウドサービスに移り始めたのと同じ 2006 年、三井物産を退職し、ビープラッツ 株式会社 (以下、ビープラッツ) を設立した。2007 年には iPhone が日本で発売された。このようなクラウド業界の黎明期にビジネスプラットフォームの会社を目指し創立したことになる。現在もサブスクリプション 1 本でプラットフォームのシステム (Bplats) を提供し、さまざまな企業で「Bplats」を活用したサブスクリプションビジネスが行われている。

消費者向け (C 向け) だけではなく、法人向け (B 向け) も含めた多方面での考え方で、「サブスクリプションを日本で一番知っている男」と自称している。

事業としては、アーリーアダプターとしてさまざまなことに取り組む大企業だけでなく、中堅中小企業へと広がりが出始め、さらにデジタルトランスフォーメーション (以下、DX) に取り組む企業の事業変革にサブスクリプションという考え方を提案している。

## 2. いま「サブスクリプション」が新しいビジネストrendと言われる理由

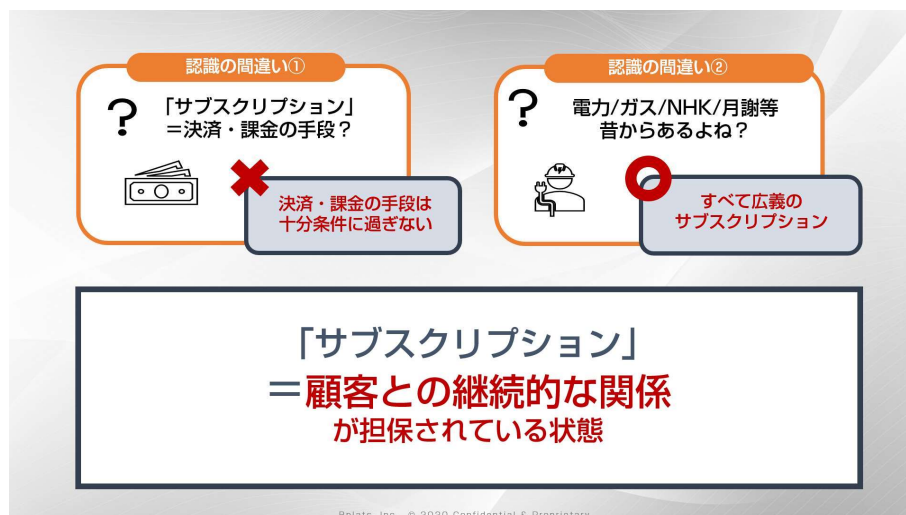
### (1) 「サブスクリプション」とは

2018年頃から一般化した「サブスクリプション」であるが、「単なる決済や課金的手段だ」や、「電力、ガス、NHKの料金、習い事の月謝など、昔から毎月支払っているものとの差がわからない」と言われることが多い。ビープラッツとしては、決済課金的手段は十分条件に過ぎず、また、公共料金の支払などもすべて広義のサブスクリプションであると考えている。

ビープラッツの考える「サブスクリプション」とは、「顧客との継続的な関係が担保されている状態」を意味する。(図-1)

また、サブスクリプションというと「消費者向け」「月額定額商品」や、「破壊的志向の新規ビジネス」で、GAF(A (Google)、A (Apple)、F (Facebook)、A (Amazon)の頭文字をとり、世界的4大IT企業を総称したもの)に代表されるような「無形物の直販」で、一気に市場を獲得するという先入観をもたれがちでもあるが、これらを紐解きながら本質を説明していきたい。

図-1



サブスクリプションとは『サザエさん』に登場する三河屋さんの御用聞き「サブさん」のように「昔も今も」あり、「顧客との継続的な関係が担保」されているビジネスモデルである。

定額課金は本質ではなく、「顧客接点のタッチポイントはどこにあるのか」や「顧客との結びつき『エンゲージメント』はどの程度強いのか」が、非常に重要な点である。