



社長のための 経営雑学

新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

第 416 号 令和1年7月11日(木)

発行 税理士法人 KJ グループ

〒536-0006 大阪市城東区野江4丁目1番6号

TEL : (06) 6930-6388

FAX : (06) 6930-6389

5年間で1.5倍以上、1兆円市場も間近に！ サブスクリプションに求められるサービス

定期的に利用料を徴収するサブスクリプションサービス（以下、サブスク）が好調だ。矢野経済研究所によれば、2018年度のサブスク市場は約5,600億円。2023年度には8,625億円に到達すると見込んでおり、このペースでいけば、近い将来1兆円市場に届くことも不可能ではないだろう。

サブスクの台頭は、モノに対する価値観が「所有」から「利用」へ変化していることが背景にある。興味深いのは、前出の調査が8つの市場の合算値であることだ。サブスクと聞くと、音楽や映像サービスのイメージが強いが、2月にトヨタが「愛車サブスクリプションサービス」の新会社を設立したように、多様化している。ちなみに、8つの市場とは「ファッション系定期宅配」「ファッショングループ」「食品系定期宅配」「飲食サービス」「住居（シェアハウスやマンスリー系賃貸住宅以外）」「教育（通信教育以外）」「娯楽（月額定額の音楽・映像サービス）」。今後、さらに多ジャンルに広がることも予想されており、BtoCのみならずBtoB展開も増えつつある。

一方、サブスクには、顧客が離れやすいというデメリットがあるため、カスタマーサクセスの取り組みをスタートしている企業が急増中。「Teachme Biz」を提供するスタディストは、サポート業務の担当部門を設置。10月までに担当者を18名まで増やすという。便利なサービスだからこそ、手厚いサポートを——。販売形式は時代に合わせても、経営の本質は不変なようだ。