



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 430 号

令和 1 年 9 月 19 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

JR東日本が「自販機初のサブスク」をスタート！ 月額2,480円という価格と限定募集から透ける思惑

Jエキナカ向け飲料事業を展開するJR東日本ウォータービジネスは、自社アプリを活用した自販機のサブスクリプションサービス「every pass」を開始すると発表した。興味深いのは、抽選に当選した500名だけにサービスを提供するという点。しかも、2種あるプランのうち、月額980円の「アキュアメイドプラン」は1カ月限定。2カ月目から自動的に月額2,480円の「プレミアムプラン」へと移行する。実質的には、1カ月お試し付きの月額2,480円のサービスだ。150円の商品を月20日間購入すると3,000円。飛びつくほどの魅力があるかは疑問だ。

なぜ、このような“中途半端”な施策を打ったのか。ひとつは、自販機市場が縮小傾向にあることが挙げられる。同社は、顔認証や気温と連動したレコメンド機能を付加したイノベーション自販機を展開。通常自販機の1.8倍もの売上を記録するなど成果を出してきたが、今後も自販機が必要とされるかは不透明。限定募集がどの程度注目を集められるか観測し、エキナカ全体の販売戦略を構築するためのデータを収集する意図があるのだろう。また、開発コストの大きい自社製品を今後も展開すべきか見極める契機としても活用できるはずだ。

これらは一方的な推測に過ぎないが、「限定募集」やキャンペーン色の強い価格設定から、本気でサブスクリプションを進めんとする意図が感じられず、あくまでマーケティング戦略と受け止めざるを得ない。こうした施策が吉と出るか凶と出るか、世間の反応を含め注目する価値はありそうだ。