

「サブスクリプション型のサービス化」に向けた情報システム部門の取り組みの研究

アブストラクト

1. はじめに

消費者の嗜好の多様化を背景に、ソフトウェアだけでなくものづくり企業においても、所有から利用へ、モノ売りからコト売りへのビジネスのシフトを加速させている。その提供形態にフィットしているとされるサブスクリプションサービスに関しては、一定期間の料金を支払うことでサービスを利用できる権利を購入する形態であり、手ごろな価格設定や利用者のタイミングで解約可能であることが多いなど、利用者を中心とした新たなサービスモデルにより急速に普及している。

しかし、現状サブスクリプションサービスに移行できていない企業では、サブスクリプションサービスに適したシステムモデルを把握できていない。本研究では、既存ビジネスからサブスクリプションビジネスへの転換を促進するために、システム部門としてビジネス部門にサブスクリプションサービスに適したシステムモデルを提案できることを目的とした。

2. サブスクリプションビジネスの成功要因分析

本分科会ではサブスクリプションビジネスの成功かどうかの判断を重要指標である LTV(顧客生涯価値)から、契約継続期間の最大化であると考えた。そこで継続期間が1年以上である Amazon Prime とてぶら登園を成功事例として選択し、その成功事例から成功要因を分析した。事例の成功要因分析の中で、重要指標である契約継続期間の最大化のためには利用者に対していかにサービスの「便利」さを訴求するかが成功要因であると特定できた、そして、それを実現するためには詳細な顧客に関するデータ取得および活用することが重要であることが分かった。

3. 顧客データを取得、活用するにあたり必要なシステムモデル

成功事例における成功要因を実現するためのシステムモデルおよび、データ活用モデルを定義した。3章で定義したシステムモデルでは顧客行動ログや利用履歴など、顧客情報がより詳細に取得でき、また、さまざまな情報を一か所に集めてサービスサイトや、外部サービスと連携することにより、2章で述べた成功要因を実現するためのデータ活用を実現できると考えた。

4. 検証

本章でシステムモデルの有用性を検証・評価を行った。既に実ビジネスでサブスクリプションサービスを適用している事例のシステムモデルに対して、3章のシステムモデルを机上適用することで、モデルの有用性を検証した。検証の結果、3章のシステムモデル適用により事例における課題解決に繋がること、また、顧客満足度の向上が期待できサブスクリプションサービスの継続率の向上が期待できることが分かり、本システムモデルに有用性があることが分かった。

5. 本研究の結論

システムモデルを構築する上での「初期コスト」「構築リードタイム」など、実ビジネス適用をする場合で改めて考慮が必要な点はあるが、本研究におけるシステムモデルの有用性は明らかになった。本研究のシステムモデルは「データ取得・データ活用」をいかに有効的にできるかを纏めたものであり、新たな価値を生み出す事が可能であると考えている。本研究成果や他分科会研究成果より、システム部門自らがプロフィットセンターに変革することで近い将来、我々日本企業が海外IT企業を超えていくことを目指す。