

★ 今年「サブスクリプション型ビジネス」の流れが来るかもしれません！！

トヨタ自動車は2月5日、トヨタ車やレクサス車を月額定額制(3年契約)で利用できる「愛車サブスクリプションサービス」の運営会社として、新会社「株式会社KINTO(きんと)」(出資は、100%子会社のトヨタファイナンシャルサービスと住友商事グループの三井住友オートサービス)を設立すると発表しました。サービスメニューは以下の2種類で、「KINTO ONE」はプリウス、カローラスポーツ、アルファード、ヴェルファイア、クラウンの5車種から1台を選択して3年間利用、「KINTO SELECT」は6車種のレクサスを6ヶ月毎に乗り換えて3年間利用するものです。価格は「KINTO ONE」で最も安いプリウスが月額49,788円から、「KINTO SELECT」は月額194,400円で、この中には登録時の諸費用や税金、自動車税、任意保険、車両の定期点検代が含まれています。それ以外の費用としてはガソリン代や駐車場代位のため、「毎月一定額の負担で複数の車種が手軽に楽しめる」「買替えの手間やコストがかからない」といったメリットがあります。今回のサービスは2月6日から東京都内でトライアル的にスタートさせ、夏以降に全国展開する予定で、「KINTO ONE」は個人、「KINTO SELECT」は法人の利用者を想定しているようです。

「サブスクリプション(subscription)」とは元々は「寄付金」「会費」といった意味ですが、「サブスクリプション型ビジネス」は、多くの場合「月額定額制使い放題サービス」と言い換えることができます。顧客は提供される商品やサービスの数量ではなく、一定期間の利用に対して対価を支払うことになるからです。このビジネスモデルは、携帯電話の料金体系や音楽・動画の配信サービスで馴染み深いですが、今やファッション、家具、家電、出版、飲食にまでその流れが及んできています。その背景には、顧客の価値観が「所有から利用へ」「モノからコト(体験)へ」とシフトしていることが挙げられます。

●ファッション関係

会員数20万人を擁するエアークローゼットやレナウンが展開するスーツ等の男性用ビジネスウェアに特化した「着ルダケ」等があり、いずれもクリーニング不要でスタイリスト等の専門家のアドバイスが受けられるサービスが付いている。

●家具関係

シンガポールに本社を置く家具ベンチャー、その日本法人カマルクジャパンの月額定額制サービス「サブスクライフ」は、6~12ヶ月の最低利用期間経過後はいつでも新品や色違いの別の家具に交換できるので、引越しや結婚、出産などのライフスタイルの変化に即応できるメリットがある。

●家電関係

ダイソンの「ダイソンテクノロジープラス」、パナソニックの「安心バリュープラン」等を利用すると、最新機種を手頃な値段で利用できるため、進学や就職、転勤等で新生活を迎えるときにピッタリ。家電には故障が付きものだが、修理費が無料になったり、故障前に更新時期が来る等のメリットもある。

●出版関係

富士山マガジンサービスは、2002年から「雑誌のオンライン書店」として雑誌の定期購読事業に特化しており、いち早く紙媒体依存から脱却することで5,000冊以上の雑誌読み放題等の事業展開を実現している。

●飲食関係

特に飲食業界の場合は、毎月安定した収益の確保が課題となる場合が多いが、サブスクリプションモデルを導入することで顧客との接点を多く持ち、それを新メニューの開発に活かしたり、過剰食材をおまかせメニューで顧客に提供することで「食品ロス」問題の解決を図ったりする取り組みも行われている。

時代の流れは「所有する幸せ」から、月額定額制使い放題に象徴される「商品やサービスを効果的に利用する幸せ」に着実に移行しています。ただし、働き方改革で問題となった月額定額制使い放題(未払い残業、過重労働)は絶対に許されないことは言うまでもありませんが！(工藤克己)