



サブスクリプションビジネスの成功に向けて

株式会社日立ソリューションズ

目次

- I. サブスクビジネスの動向
- II. サブスクビジネスの成功に必要なこと
- III. サブスク支援プラットフォームのご紹介
- IV. 課金・請求管理のご紹介
- V. シェアリングアセット管理のご紹介
- VI. カスタマーサクセスのご紹介

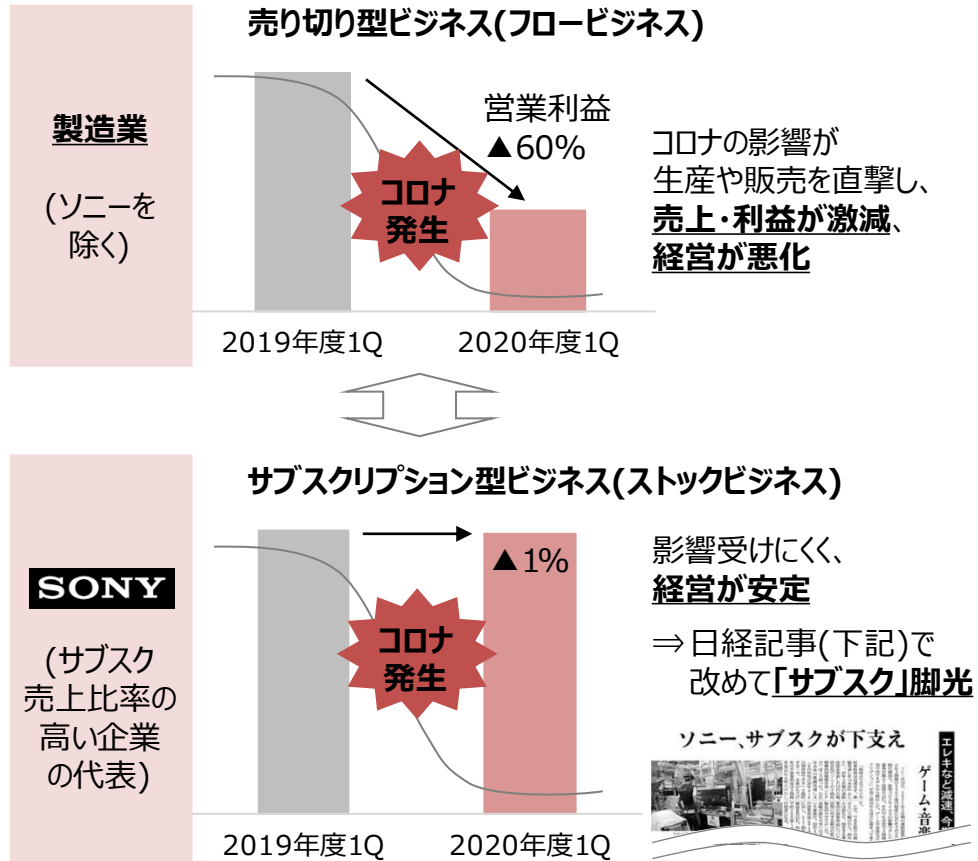
目次

- I. **サブスクビジネスの動向**
- II. サブスクビジネスの成功に必要なこと
- III. サブスク支援プラットフォームのご紹介
- IV. 課金・請求管理のご紹介
- V. シェアリングアセット管理のご紹介
- VI. カスタマーサクセスのご紹介

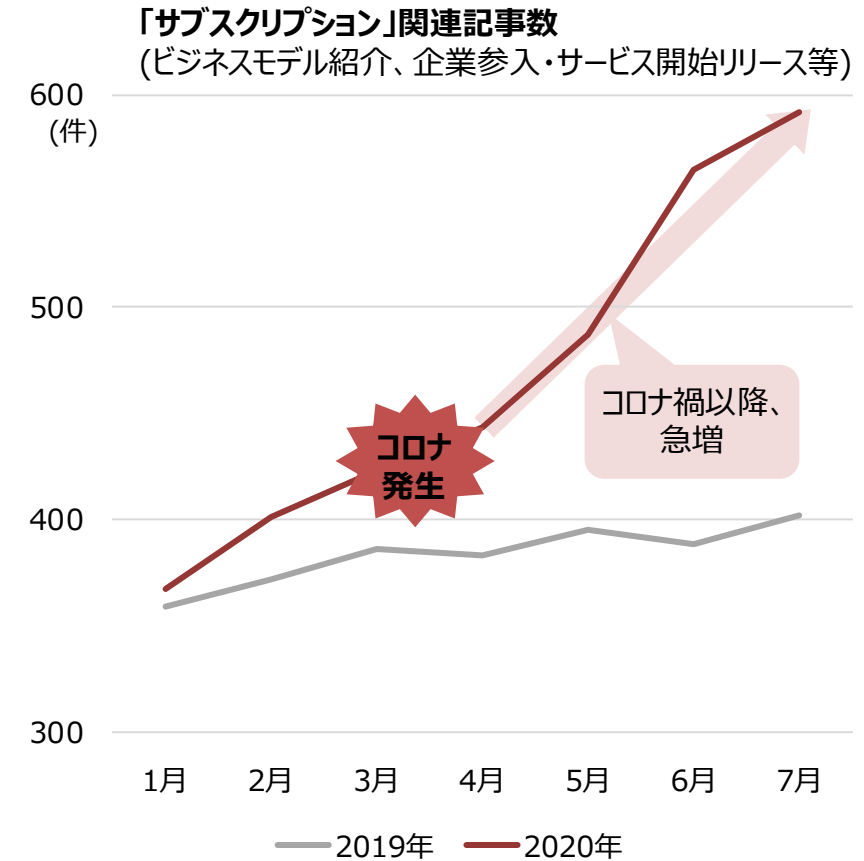
1. コロナ禍とサブスク – コロナ禍で脚光、盛り上がり

- コロナ禍で製造業の多くが売上・利益を大きく落とす中、サブスクはコロナ禍に強いビジネスモデルとして脚光を浴びています
- コロナ禍以降、検討・参入が活発化、今後さらなる盛り上がりが見込まれます(2019年サブスク元年時の注目度を上回る第二波)

“コロナ禍に強いサブスク”、 ソニー決算記事のインパクト！



サブスクリプション型ビジネス 検討・参入の盛り上がり！！



(出所)業績：東証1部・2部・マザーズ上場会社の1Q営業利益を集計
(出所)新聞記事：2020年5月14日(木)「日本経済新聞」(朝刊)より転載

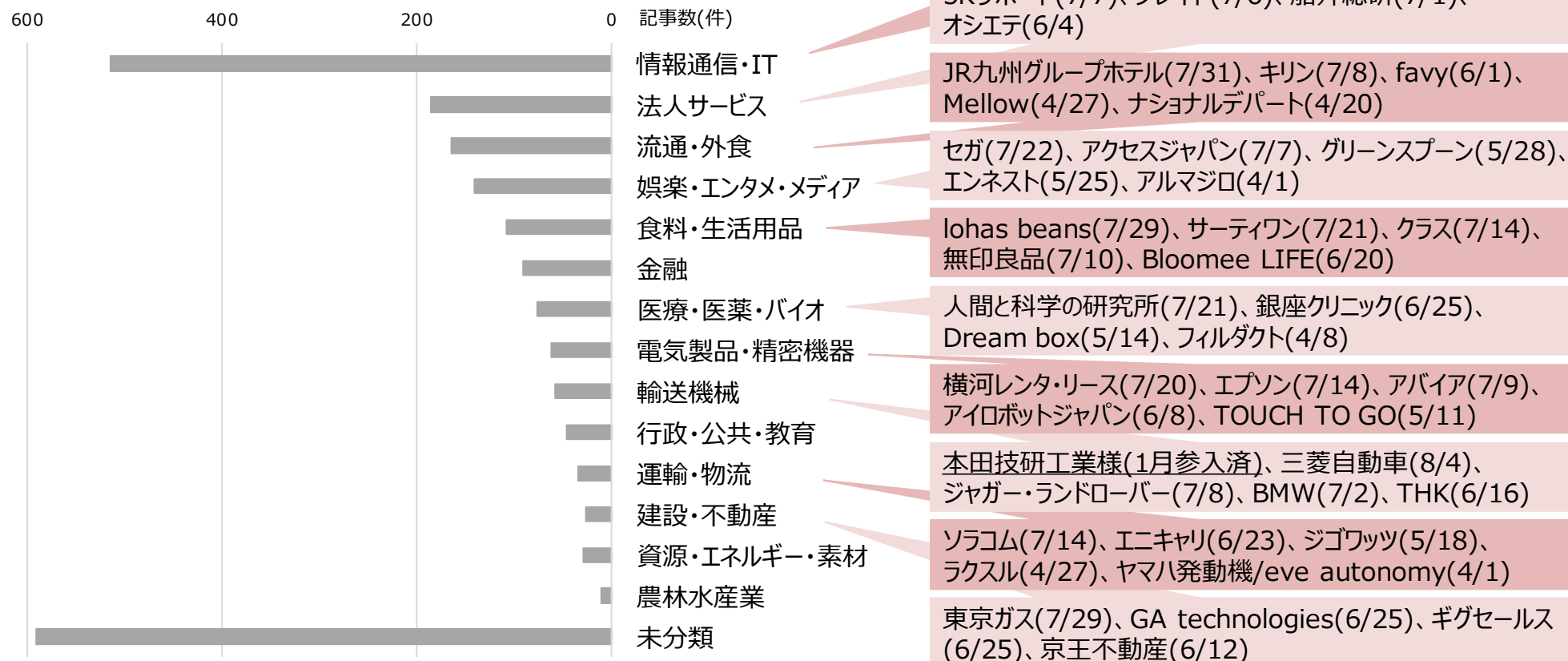
(出所)記事数：「サブスクリプション」が含まれる本邦の全記事数を月別に集計

2. サブスク参入動向

- 2020年4～8月の間でも業種・業界問わず、多くの企業がサブスク参入(若しくは参入意向)を
- 貴社は2020年1月に既にサブスク参入をされており、今後更なる事業拡大を進めていくものと理解しております

業界別企業別動向

- 対象条件：①2020年4月1日～8月4日の間の日本の全記事
 ②検索ワード「サブスクリプション サービス 開始」
 ③業界は、企業または商材にて判別



目次

- I. サブスクビジネスの動向
- II. サブスクビジネスの成功に必要なこと**
- III. サブスク支援プラットフォームのご紹介
- IV. 課金・請求管理のご紹介
- V. シェアリングアセット管理のご紹介
- VI. カスタマーサクセスのご紹介

3. サブスク事業者の課題（運営面）

- サブスクビジネスは安定的な収益獲得が見込め、昨今注目が集まっている一方、実際に事業立上げ、体制構築をしようとされている事業者様では課金請求、契約、物品管理等における業務負荷増大や顧客との長期の関係構築等の課題に直面されています

モノ売りを中心とした従来型ビジネスの主な特徴

サブスク参入後に事業者が抱えがちな課題(例)

与信・課金請求・回収管理	<ul style="list-style-type: none">商品・サービスを販売する都度、代金回収（都度課金モデルが基本）新規取引発生時は、1社毎個別に与信を実施	<ul style="list-style-type: none">課金・請求関連業務の負荷が増大<ul style="list-style-type: none">✓ サービス利用状況・プランに応じた請求額の計算が必要✓ 契約者毎に毎月繰り返し料金請求が必要✓ キャンペーン・解約受付等による日割計算が発生✓ 上記に業務増大に加えて、与信も引き続き実施
契約管理	<ul style="list-style-type: none">商品・サービス販売時に契約を交わして終了定期的な契約更新(年契約等)もあり	<ul style="list-style-type: none">契約管理業務が煩雑化<ul style="list-style-type: none">✓ サブスク提供後でも契約変更・解約等の手続きが契約明細毎に発生✓ サービス毎に異なる複雑な契約ルールを一元管理する必要
物品管理	<ul style="list-style-type: none">有形商材では、販売前の物品管理として、在庫管理・棚卸管理・物品情報管理等が主	<ul style="list-style-type: none">販売後も見据えた物品管理が必要となり業務負荷が増大<ul style="list-style-type: none">✓ 物品貸出情報の管理、予約割当等、従来の物品管理範囲を超えたサブスク特有業務への対応が必要(但し、商材により異なる)
顧客対応	<ul style="list-style-type: none">製品販売後はカスタマーサポートに引き継がれ、基本受動的な顧客対応	<ul style="list-style-type: none">顧客との長期的な関係構築が必要になることによる負担発生<ul style="list-style-type: none">✓ サブスクの継続契約(リテンション)の成否が業績に直結するため、従来体制・IT基盤等を改革しつつ、カスタマーサクセスに取り組む必要

4. サブスク事業の成功要因

- サブスク事業者の主な成功要因は、①サービス品質の高さ、②既存販売チャネルの有効活用、に加えて、顧客ニーズ・VoCを基に継続的なサービス改善、ないしはリテンション施策につなげる③カスタマーサクセスの取り組みを行っていることです

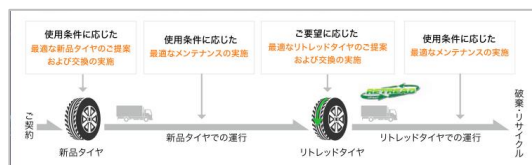
サブスク成功企業

サブスク・取組概要

各社の成功要因



- タイヤ(新規・リトレッド)とメンテナンス関連サービスをセットでサブスク提供



- **サービス品質の高さ**
✓ 車両1台毎のデータ管理によるサービス・見積品質の高さ
- **適格にニーズ対応することによる高満足度の実現**
✓ 顧客毎のニーズに基づき最適なタイヤ・メンテナンスを提供
- **販売チャネルのフル活用、販売店への理解促進**



- 厳選した食品宅配をサブスク提供



- **定量・定性的に得られたニーズをサービス・施策に反映**
✓ データ分析、定期的なヒアリングに基づき、利用者ニーズ・状況把握、利用者毎に施策を打って解約率低減
✓ また、顧客の声を基に継続的なサービス改善を実施



- 高級バッグを借り放題でサブスク提供



- **適格にニーズ対応することによる高満足度の実現**
✓ ユーザーの行動特性を分析、各人嗜好性に合うバッグをリコメンド
✓ バッグに合わせたコーディネートも提案
(使い方をイメージしやすくなり契約率が2.7倍に)

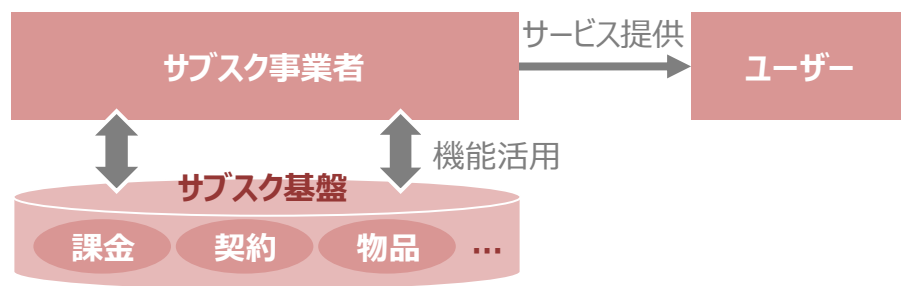
5. 以上を踏まえたサブスク成功に必要なこと

- サブスクビジネスの成功に向けては、「サブスク化による運営負担を抑えるためのサブスク基盤整備」と「サービスの継続契約率を向上させるカスタマーサクセスの取り組み」が肝要と考えており、本日はこの両要素を支援する当社のサービスを紹介させていただきます



サブスク成功に向けて必要なこと

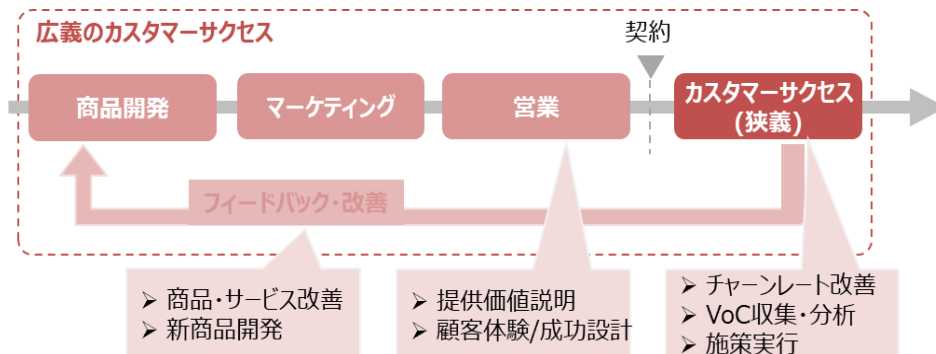
1. サブスク化による運営負担を抑えるためのサブスク基盤整備



Point

- ①サブスク特有の複雑・大量・高頻度な課金請求に耐えられる基盤
- ②煩雑化した契約管理業務にも柔軟に対応可能な基盤
- ③モノ売りでは発生しなかった物品管理業務も視野に入れた基盤

2. サービスの継続契約率を向上させるカスタマーサクセスの取り組み



Point

- ①顧客状況に合わせたリテンション施策の策定・実行・検証
 - 顧客のサービス活用度合い・満足度・評価等を集め、各々の状況に合わせたリテンション施策の実行・検証を繰り返すこと
- ②上記を実行するためのカスタマーサクセスに特化したIT基盤
 - CRM等のデータを統合し、ヘルススコア算出、施策管理する

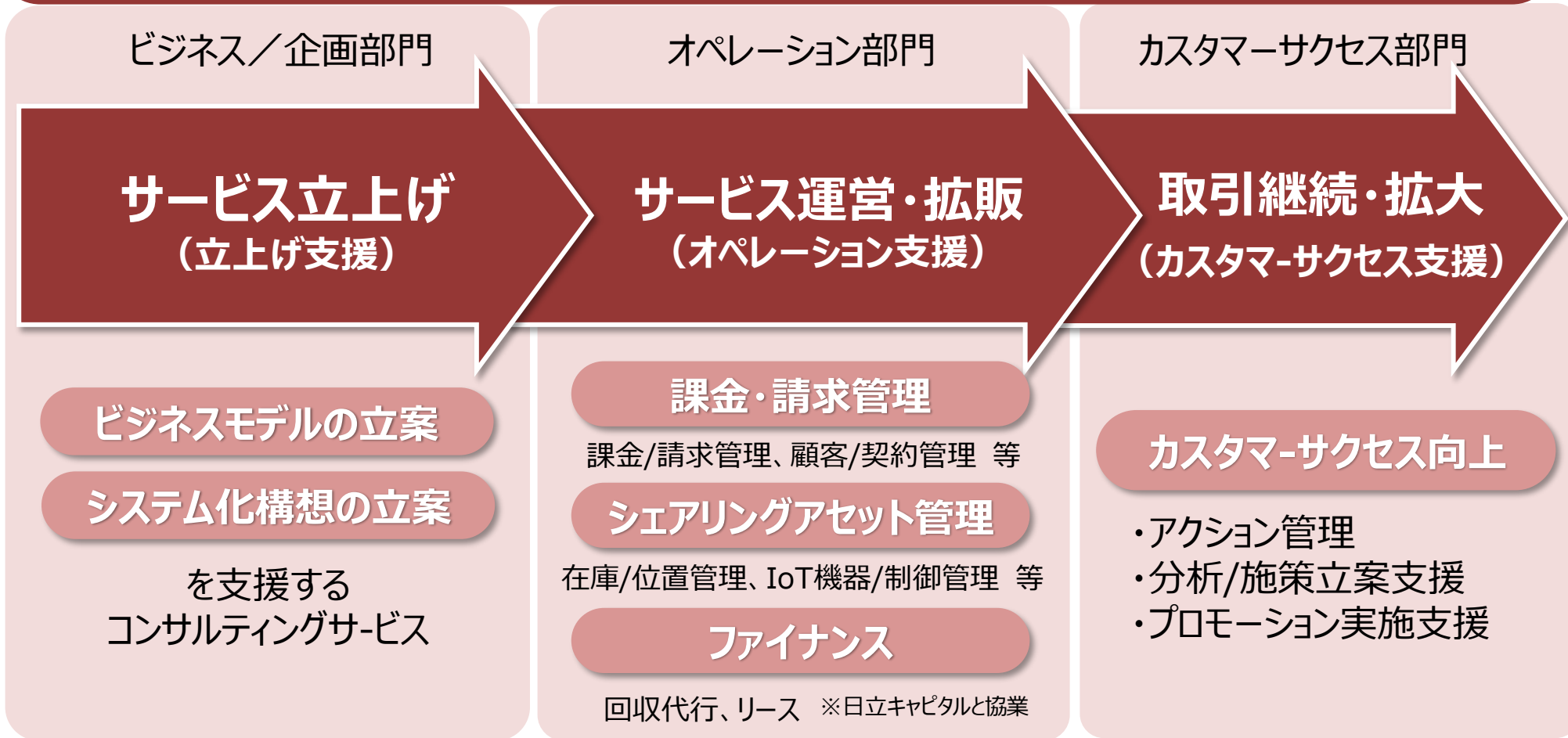
目次

- I. サブスクビジネスの動向
- II. サブスクビジネスの成功に必要なこと
- III. サブスク支援プラットフォームのご紹介**
- IV. 課金・請求管理のご紹介
- V. シェアリングアセット管理のご紹介
- VI. カスタマーサクセスのご紹介

6. ITサービスに関する支援の全体像

- サブスクリプションビジネスを手掛ける上で必要となるIT機能について、「サービスリリース支援」「カスタマーサクセス支援」「オペレーション支援」に切り分けつつ、SaaSとSIの組合せにより提供することを想定しています

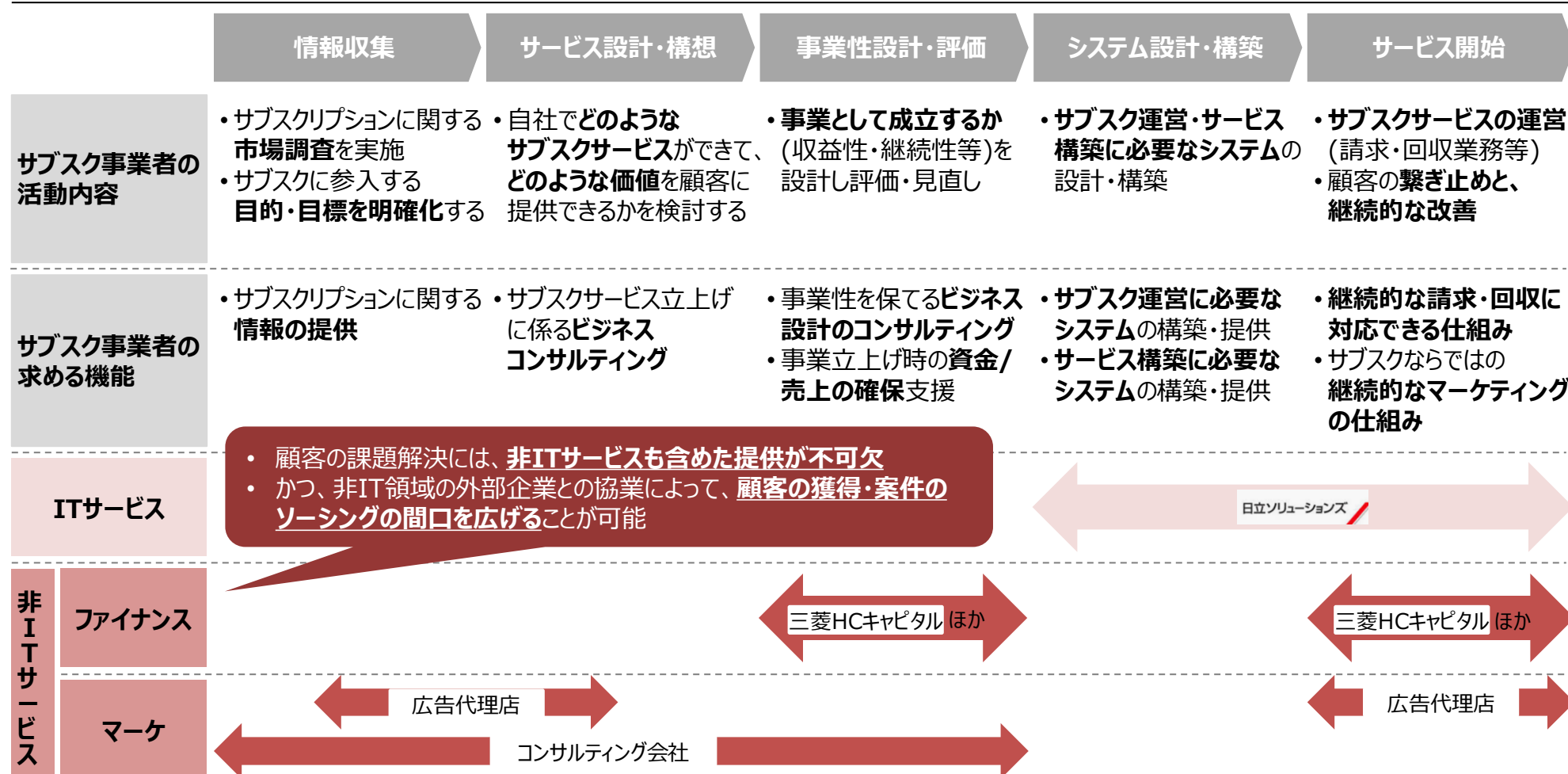
サブスクリプションビジネスをフェーズに合わせて支援



7. 非ITサービスに関する支援の全体像

□ 非IT面も、顧客の状況やニーズに応じて、協業先企業と連携し、サブスク立上げに必要なサービスを提供します

サブスクビジネス立上げのステップ



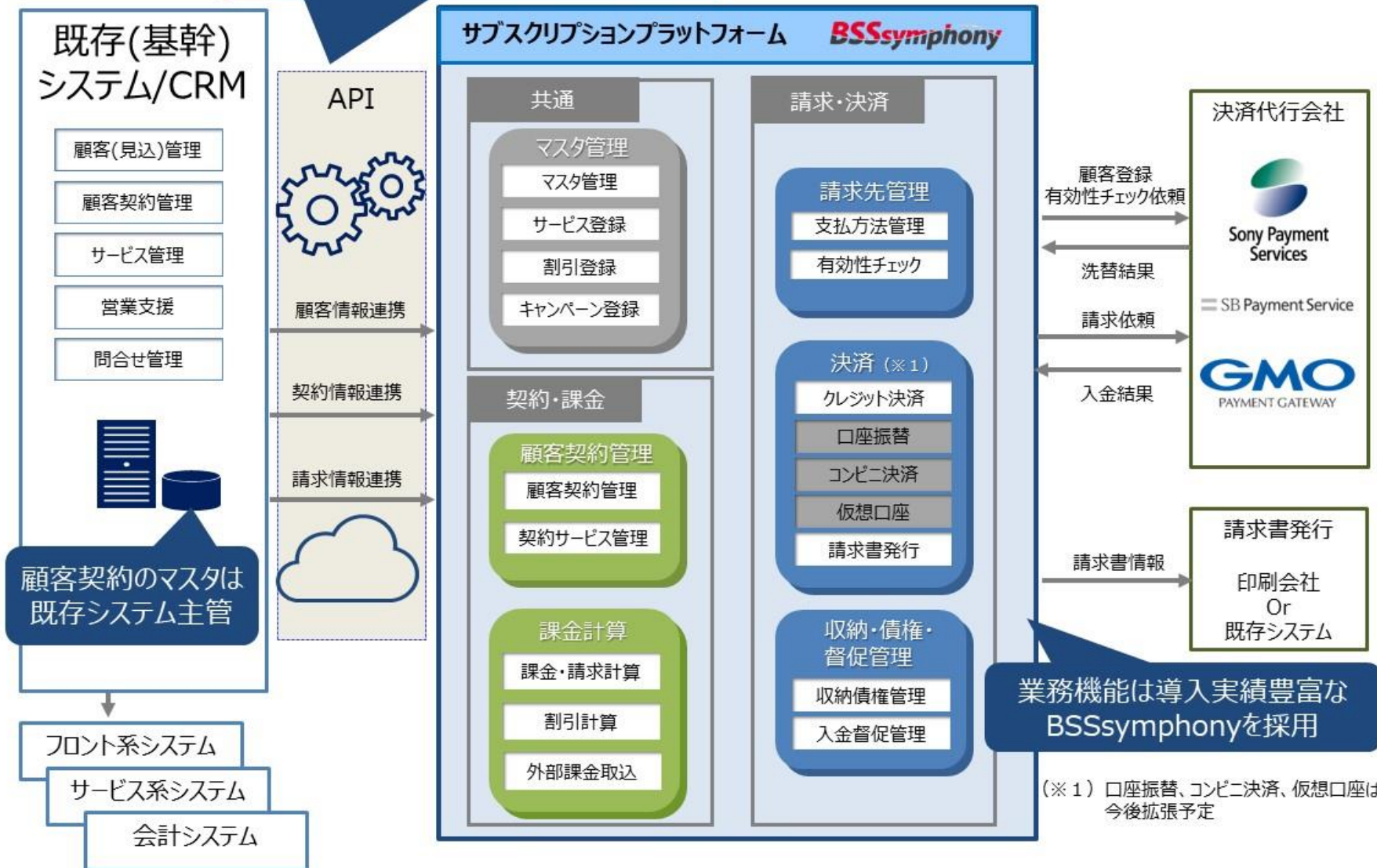
目次

- I. サブスクビジネスの動向
- II. サブスクビジネスの成功に必要なこと
- III. サブスク支援プラットフォームのご紹介
- IV. 課金・請求管理のご紹介**
- V. シェアリングアセット管理のご紹介
- VI. カスタマーサクセスのご紹介

8. 課金・請求管理のご紹介

SPFの概要図

既存システム/CRMとの連携
新規にAPIを提供

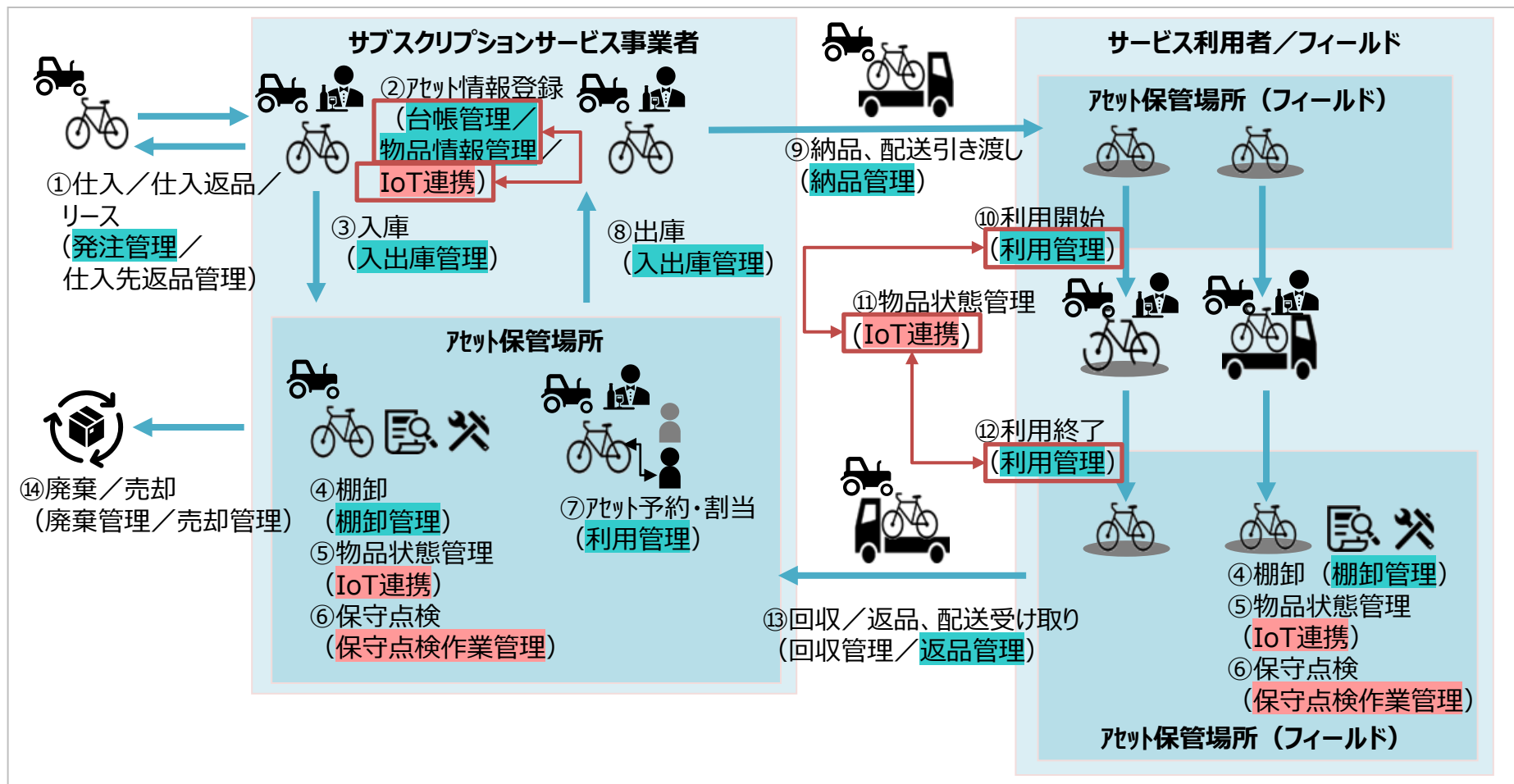


目次

- I. サブスクビジネスの動向
- II. サブスクビジネスの成功に必要なこと
- III. サブスク支援プラットフォームのご紹介
- IV. 課金・請求管理のご紹介
- V. シェアリングアセット管理のご紹介**
- VI. カスタマーサクセスのご紹介

9. シェアリングアセット管理のご紹介

- シェアリングアセット管理は、IoT機器などの物の管理をする機能を提供します。アセット情報の管理、アセットのステータス管理、また、IoT機器と情報連携を提供します。



(凡例) Ph1拡充済み機能 Ph2拡充予定機能

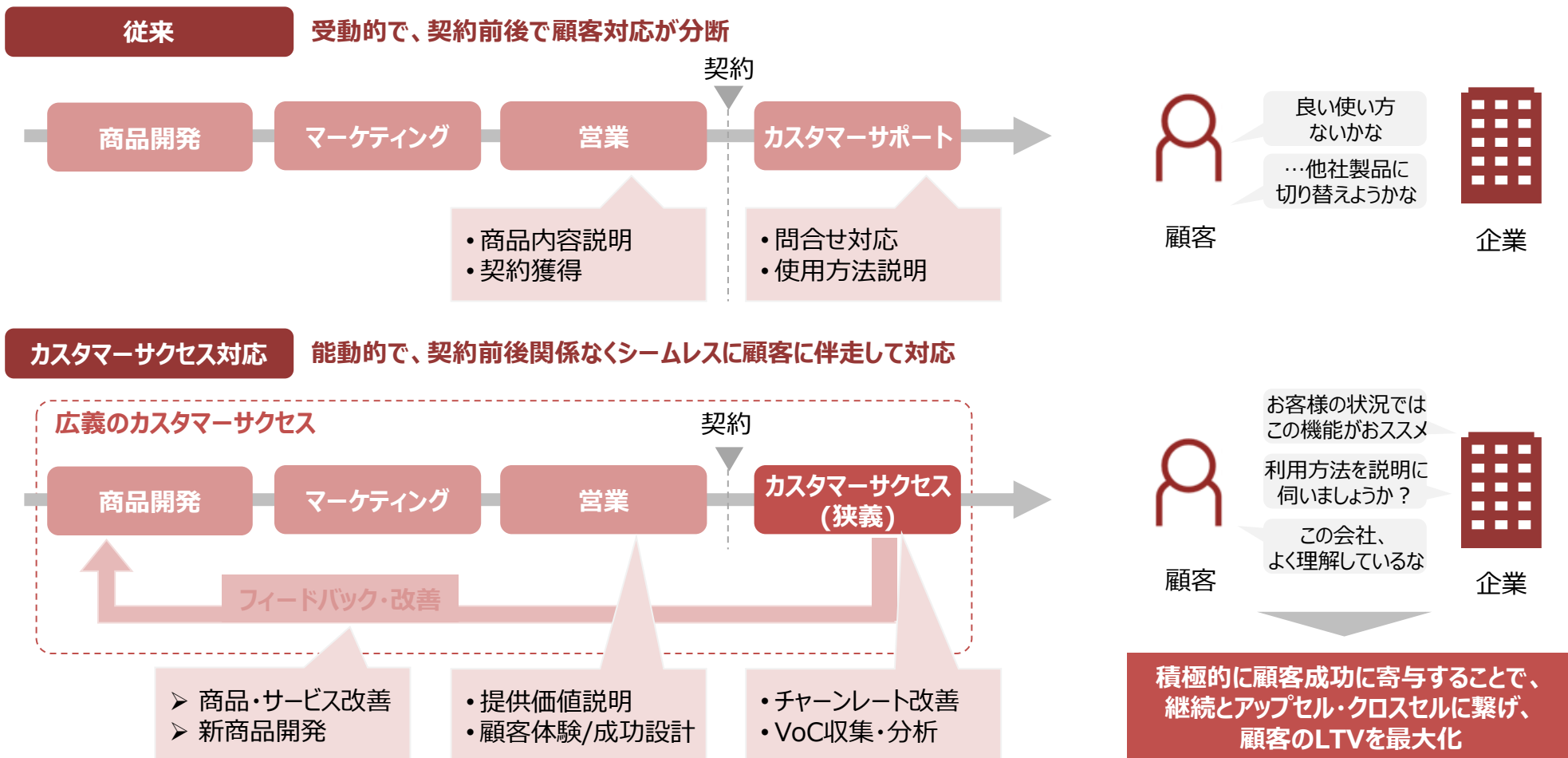
目次

- I. サブスクビジネスの動向
- II. サブスクビジネスの成功に必要なこと
- III. サブスク支援プラットフォームのご紹介
- IV. 課金・請求管理のご紹介
- V. シェアリングアセット管理のご紹介
- VI. カスタマーサクセスのご紹介**

10. 顧客対応の変化

- これまでの契約前のマーケティング・営業主体の態勢から、契約の前後に亘りシームレスに顧客に寄り添う態勢への変化が求められ、その中で、継続的なリテンション(継続、クロスセル・アップセル)とVoC・利用状況を踏まえたサービス改善に取り組むことが必要になります

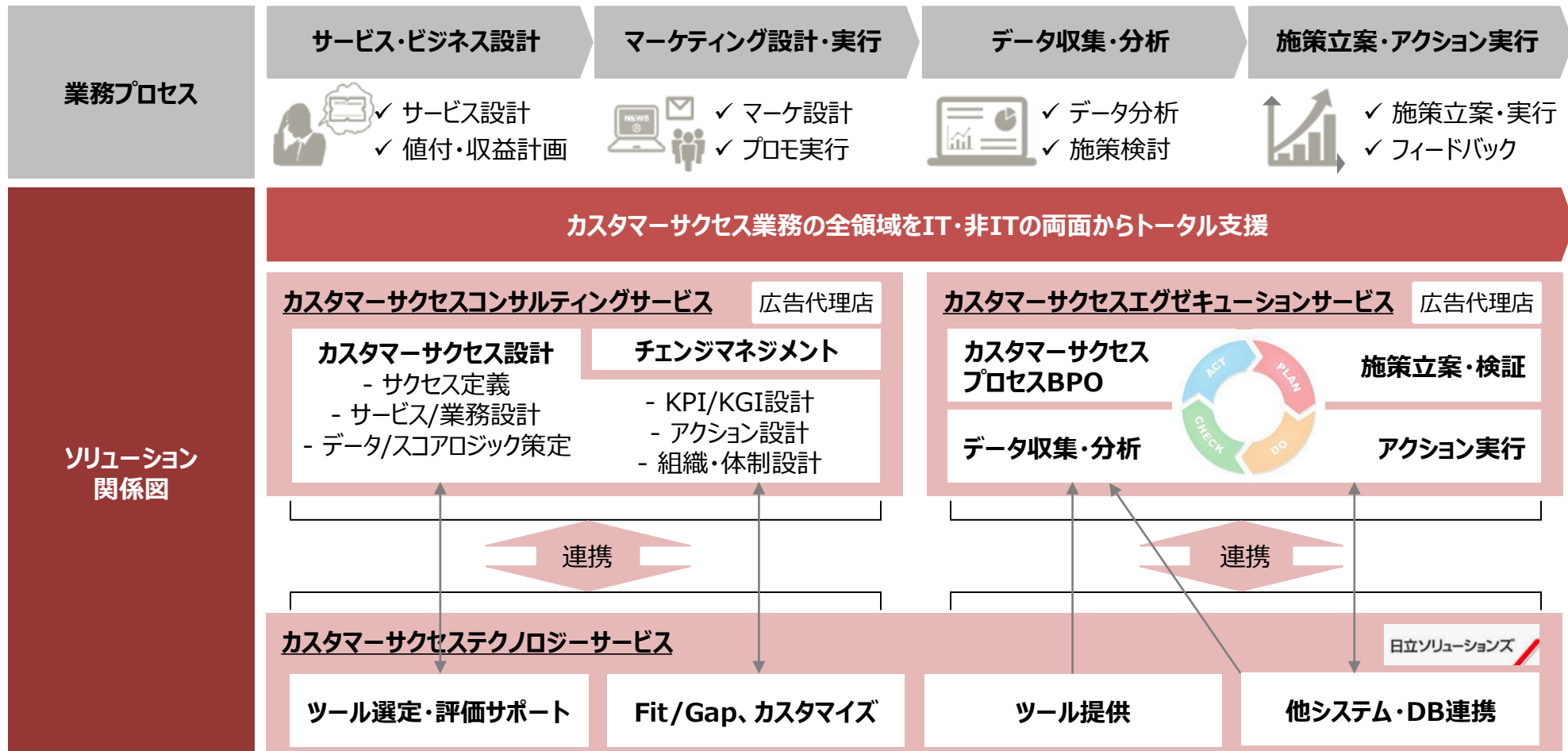
企業の顧客対応の変化



11. カスタマーサクセス業務プロセスとの対応関係

□ カスタマーサクセス業務の全領域をフルにカバーし、トータルサポートできるメニューづくりを目指します

各ソリューションのカバー範囲(イメージ)



HITACHI
Inspire the Next