

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

『サブスクリプション実践ガイド』

佐川隼人著 英治出版 181頁 1600円＋税

著者は、ネットショップの定期購入用システムをプラットフォーム化、つまり定型化し、提供する事業をしています。サブスクリプションビジネス支援事業の「たまごレポート」がそれです。

以下、書籍からの抜粋です。

サブスクリプションとは、端的に言えば「定期購入」「定額制」「会費制」のことだ。毎月一定額の料金を支払うことで、毎月商品を手に入れたり、サービスを継続的に利用したりすることができる。こうした形で商品やサービスを提供する企業が増えてきており、ビジネス界の一大潮流となっている。その理由は、継続的安定的な収益が見込めるからである。

サブスクリプションというとなじみが薄いかもかもしれないが、日本にも従来からある。「御用聞き」、「置き薬」、郵便局などの各地の名産品が届く「頒布会」、喫茶店の「回数券」などだ。

サブスクリプションモデルがいち早く広がりを見せた欧米では、「そんなものまで」というような商品までもが、サブスクリプションで販売されている。剃刀の替え刃などの消耗品はもちろん、医師の往診や弁護士の法律相談だってある。日本でもサブスクリプションは急速に広がっている。動画配信や音楽配信のサブスクリプション型サービスの存在を知っている人は50%を超えている

サブスクリプションには4つのモデルがある

(1) 定期購入モデル：毎月一定の料金を支払っている会員に基本的に同じ商材を販

売する。飲料水、食品、サプリメントなど日用品や消耗品を提供する。

例：「富士山マガジンサービス」では、複数の出版社が発行するさまざまな雑誌を選んで定期購読できる。

(2) 頒布会モデル：事業者側があらかじめコース設定を行い、毎回異なる商材を販売する。元々は、食器や雑貨、図鑑や料理本などのセット商品を毎月少しずつ買い揃えられる通信販売の手法だったものが、食材、スイーツや日本酒など多くの種類からピックアップした商品を楽しめるようになり広く受け入れられた。

例：「おいしくすくらぶ」は、食材を定期宅配する。旬の食材が入った「おいしいものセレクトコース」、レシピ付きの食材キットが入った「Kit Oisix 献立コース」などがある。

(3) 会員制モデル：サービスやコンテンツを利用する権利を貸与する。スポーツジム、語学学校、習い事などに加え、動画や音楽の配信サービス、セミナーの提供など。

例：ファッションレンタルサービス「MECHAKARI (メチャカリ)」では、定額で洋服を何度も借りることができる。

(4) レコメンドモデル：頒布会モデルや会員制モデルをベースに、顧客一人ひとりの嗜好や状況に合わせて、専門家が商品やサービスを提案したり提供したりする。

例：「ミールタイム・栄養士おまかせ定期便」は、生活習慣病や持病などで食事制限が必要な人向けに、食事療法に対処した食事を定期配送している。

サブスクリプションビジネス、いかがでしたか？みなさんの事業でサブスクリプション化できるものはないでしょうか？ちょっと手を加えて、視点を変えるとどうでしょうか？ぜひ考えてみましょう。

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

逆イールド

米10年債利回りが2年債利回りを下回る、英国も長短金利逆転という状況で、逆イールドということが言われています。逆イールドとは何でしょうか？

「逆イールドとは、過度な金融不安、急激な政策変動により短期金利が急騰し、長期金利を大きく上回った状態のことです。債券市場において、一般に残存期間が長くなるほど投資資金の固定化によるリスクなどを伴うため、長期金利は短期金利よりも高くなります。しかし、様々な要因が生じて遠い将来より近い将来のほうがリスクが高くなると市場が予測した時には、長期と短期の金利が逆転します。」以上、東海東京証券の説明です。

PhotBloombergでは、「逆イールドで『アルマゲドン』織り込み、世界で銀行株に一斉売り」などという見出しが出ています。あまり景気上いいことではないようです。

おまけに、ウォン安が急ピッチに進んでいます。韓国経済の先行き懸念が高まっているからだといえます。日本への影響もあるでしょう。

さらに日本では10月に消費税率が10%になります。現在のところ追い込み需要はあまりないように聞きますが、影響はどうなるのでしょうか？

そして東京オリンピックです。オリンピック開催国で景気が悪くならなかった国はないそうです。

悪材料ばかりを挙げてしまいました。申し訳ありません。

景気は、私たちの手ではどうにもなりません。先行き不透明といいますが、ずっと昔から先行きは不透明でした。今何をするか、今何をすればよいのかを考えましょう。

オフィスおかん

オフィスおかんというのは、株式会社OKANが提供している社食サービスです。『日経トップリーダー』の広告に載っていて、おもしろいと思ったので調べてみました。

「1品100円&好きな時間にいつでも。従業員が喜ぶ“置くだけ社食”」だそうです。惣菜が入った「冷蔵庫&自販機」を会社に置く。そして、社員は好きなものを選んで買って温めて食べるのです。

富山の置き薬スタイルのサブスクリプションビジネスと言っていいでしょう。似たようなものもあります。株式会社KOMPEITOが提供する「オフィスでやさい」と「オフィスでごはん」、グリコが提供する「オフィスグリコ」があります。オフィスグリコは、「小腹を満たすエネルギー源」で、食事ではなく、チョコレートやビスケット、スナック、米菓（他社品含む）、ガム、アイスクリームや飲料などを取扱っています。

このようなビジネスを「B to E」ということもできます。Business to Employeeの略で、企業の従業員（Employee）向けに提供されるサービスのことです。似たようなB to Bは、企業と企業、B to Cは企業と一般消費者の関係でした。

ここで「オフィスおかん」を取り上げたのは、こんなビジネスがあるのかとびっくりしたからです。しかし、ちょっと見方を変えれば、飲料の自販機を会社に置くようなものです。飲料を食材に変えただけ。変えただけというのは簡単ですが、なかなか出てこない発想でしょう。

私たちもちょっと見方を変えることで、収益増のネタが見つかるのではないのでしょうか。ひとつふたつ探してみましよう。