

第67回 ニッポンクラウドワーキンググループ会合

見えてきたB2Bサブスク成功への道

AXLBIT株式会社 代表取締役社長 長谷川 章博

自己紹介

AXLBIT株式会社(アクセルビット) 代表取締役社長 長谷川 章博

2000年 日立ソフト(現日立ソリューションズ)入社

2006年 SWsoft (現パラレルス) ヘ転職

日本法人立上げに参画

2008年 AXLBIT設立

2011年 ビットアイル(現エクイニクス)

総合研究所所長就任

2013年 ビットアイルへAXLBIT社を売却

2016年 MBOでAXLBIT社を買戻し、代表取締役社長へ復帰

2020年 AXLBITがKDDIより出資を受け関連会社化

OpenStack Ambassador

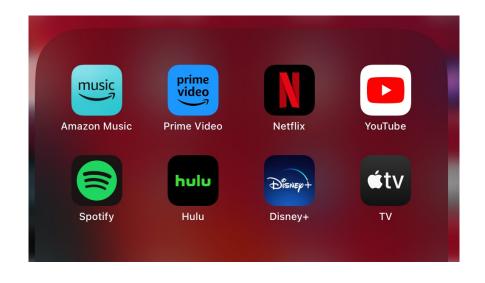
OpenStack Days / Cloud Native Days / Cloud Operator Days 発起人&実行委員長



サブスクリプションの歴史

サブスクリプション=定期購読

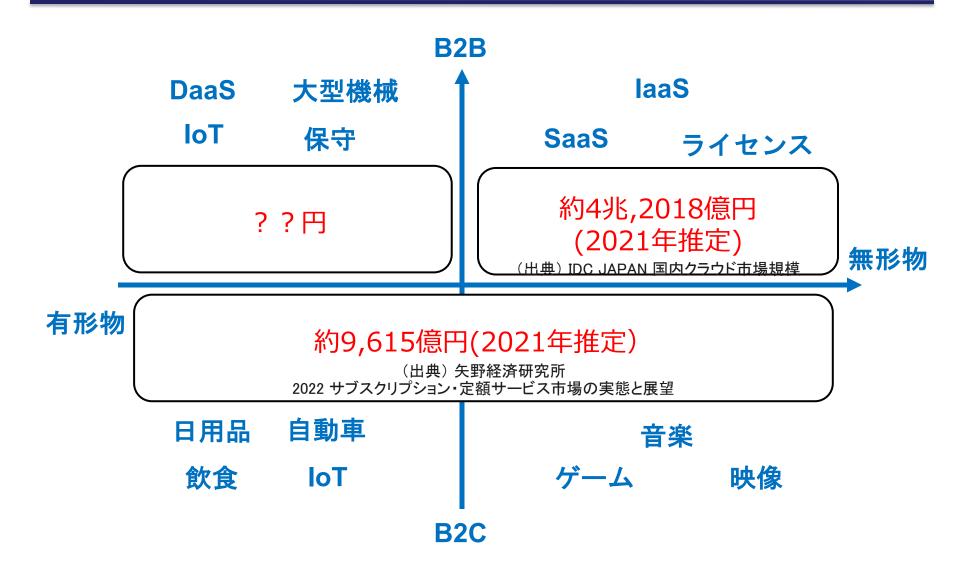




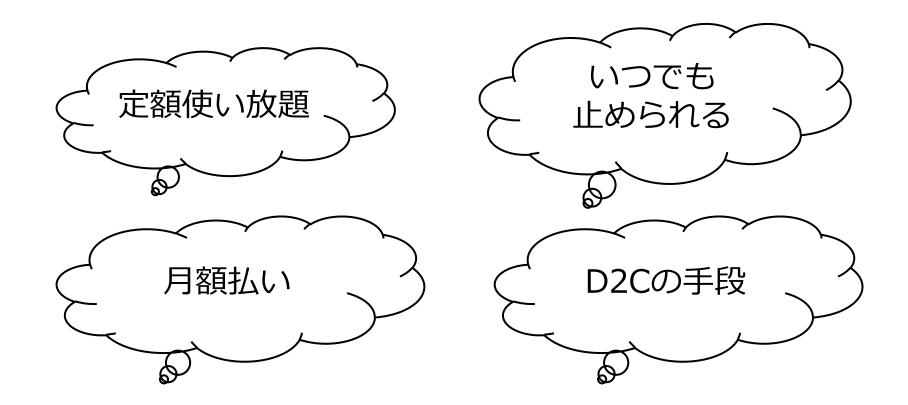
17世紀のウィーンで新聞の定期購読が始まる(諸説あり)

音楽、映像など様々なコンテ ンツがサブスク化

サブスクリプション国内市場規模



「サブスクリプション」にまつわる誤解?



というわけではない!

そもそも「サブスクリプション」とは?

売上を安定させ、成長性をもたらすもの (LTVを最大化するもの)※顧客生涯価値

もたらす効果

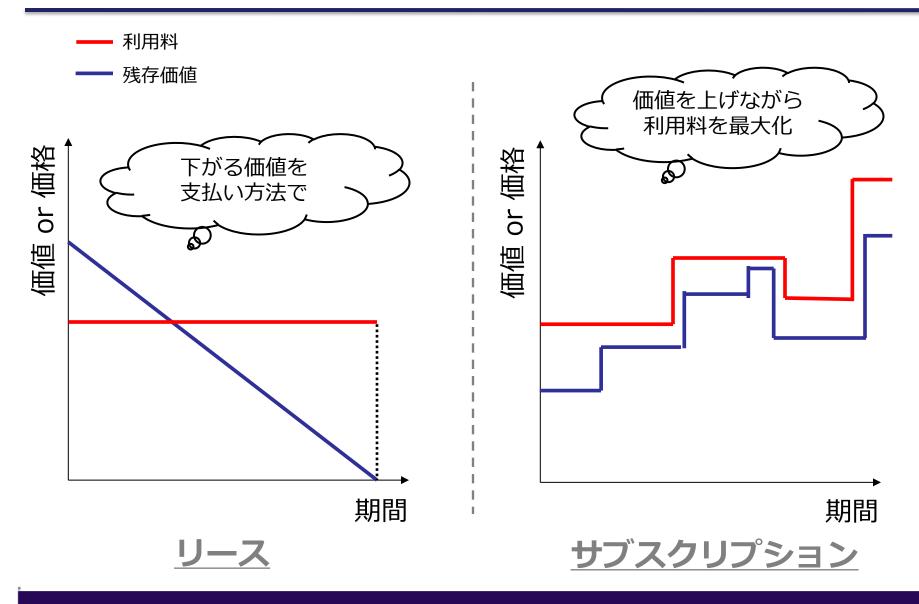
改善する業績指標

既存顧客の囲い込みを実現する (従来は、顧客接点が薄くリピートしなかった)

リピート率

新規顧客の開拓を実現する (従来は、高価格で購買できなかった潜在需要) 価格 バリエーション

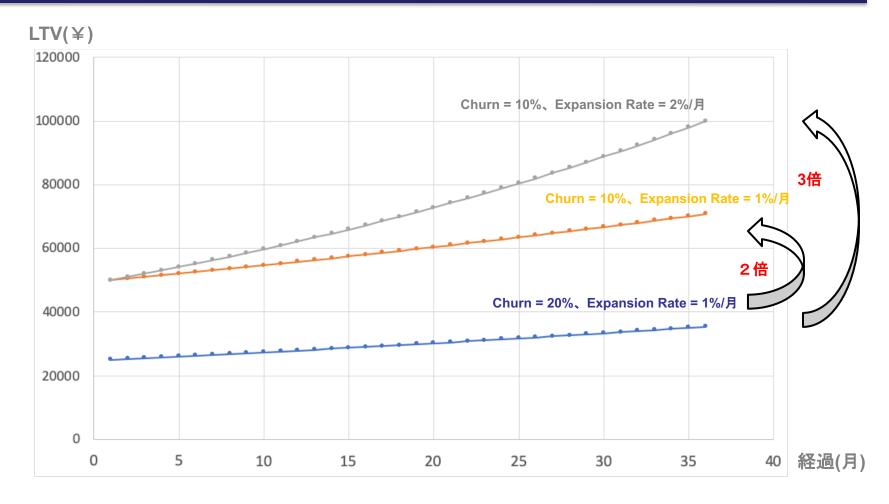
リースとは違う「サブスク」の価値



LTV(Life Time Value)

ARPU: Average Revenue Per User

LTVをいかに上げるか



初期のARPU=¥5,000

ではどうする?

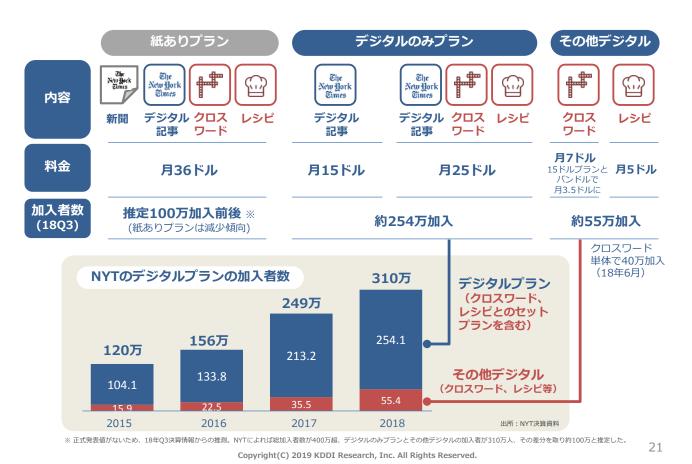
ユーザ獲得 & LTV向上

目指せサブスク成功への3つのポイント

1物多価が成功の秘訣

米New York Timesはクロスワードとレシピも活用し加入者伸張

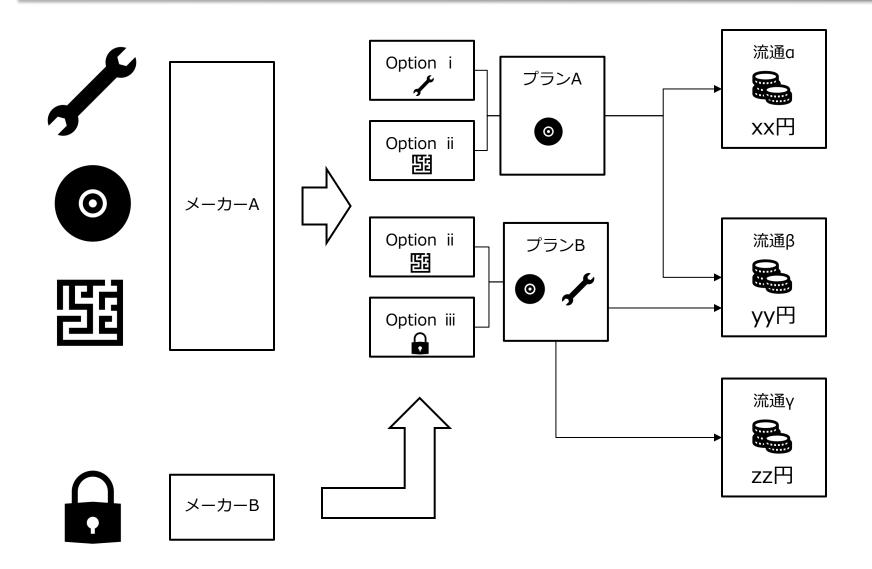




(出展) KDDI総合研究所「世界を席巻する サブスクリプションビジネス part2」 https://www.kddi-research.jp/topics/2019/052301.html

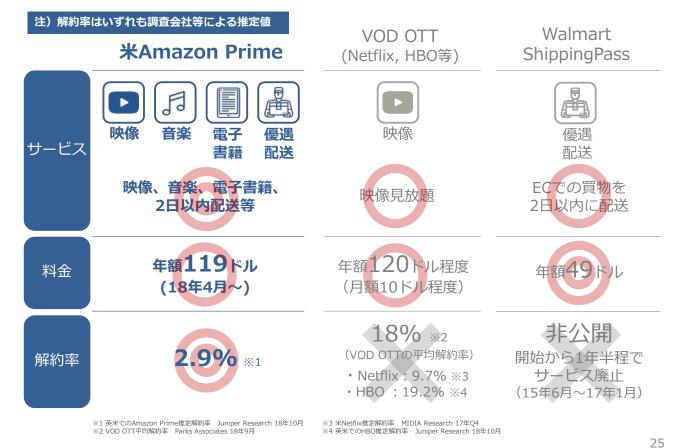
AXLBIT Inc.

商品の多品目化とアップセルクロスセル



バンドル戦略で解約率低下

米Amazon Primeは実質サブスクのバンドル、競合他社比で低い解約率を実現 KDDI Research

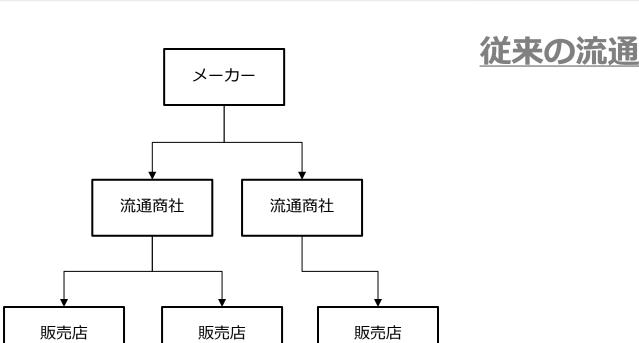


Copyright(C) 2019 KDDI Research, Inc. All Rights Reserved.

(出展) KDDI総合研究所「世界を席巻する サブスクリプションビジネス part2」 https://www.kddi-research.jp/topics/2019/052301.html

AXLBIT Inc.

ウオーターフォール型からメッシュ型の流通







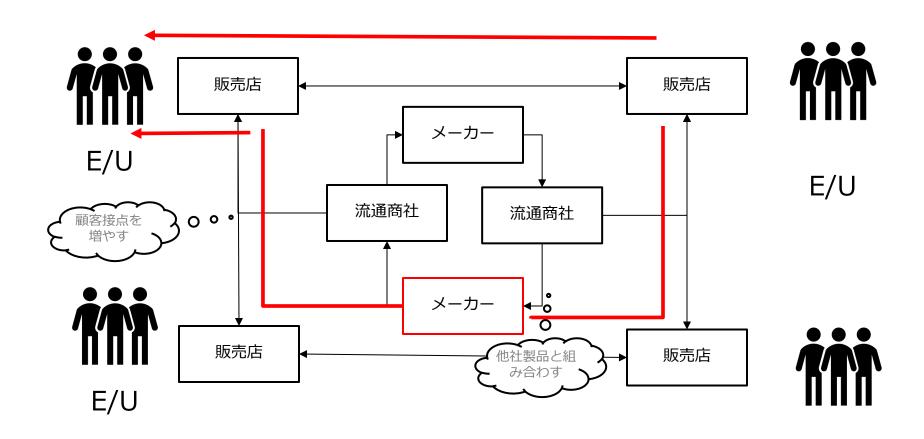


E/U



E/U

ウオーターフォール型からメッシュ型の流通



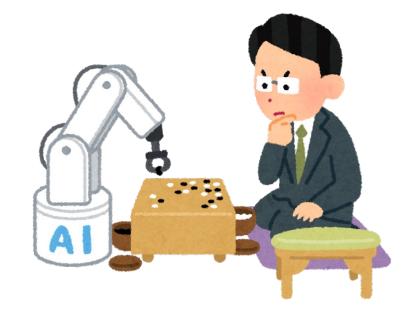
リレーションシップ重視型の新しい流通モデル

E/U

サブスクは将棋ではなく囲碁



V.S.



いかに地(LTV)を取るか、王(受注)を取れば仕舞いではない

まとめ

B2Bサブスクの成功の秘訣は

1. 多品目

バンドル戦略で解約抑止&客単価向上

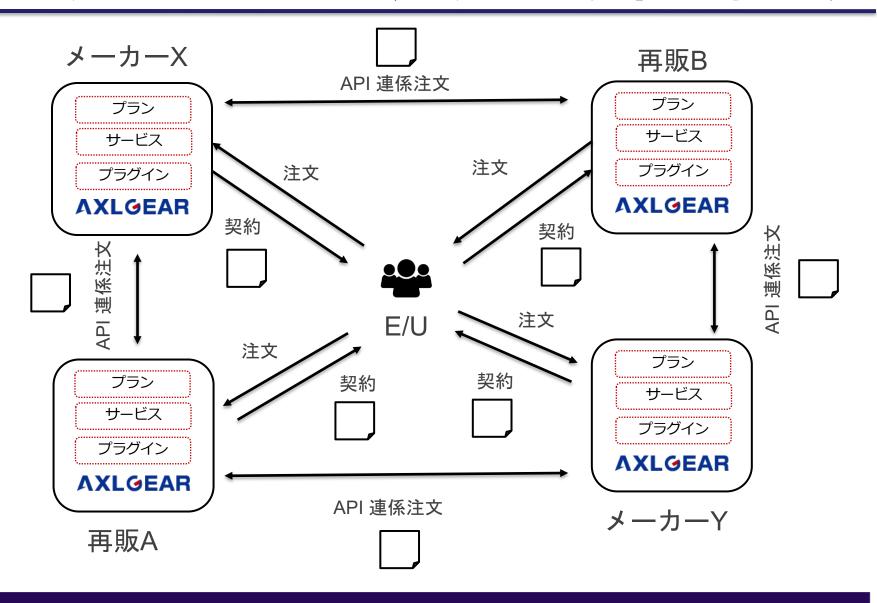
2. 多商流

信用のチェーンで販路拡大

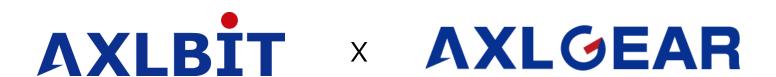
3. 多価

多彩な販売プランで商機を逃さない

サブスクリションコマースプラットフォーム



ご静聴ありがとうございました。



Thanks