

■第2章■

Q2-1 解答・解説

(解答例)

みなさんの身の回りには、サブスクビジネスがあふれています。あらゆるものが答えになりますが、まずはスマホのアプリを眺めてみましょう。音楽や映像配信のサブスクは、DXがなければ実現することはなかったでしょう。音楽のサブスクでは、あなたが好きなアーティストや過去の視聴履歴に応じて、気に入るかもしれない曲を推奨してくれます。

時間があるときに見ることの多いYouTubeもDXによって可能になったサブスクです。YouTubeは基本版は無料ですが、有料のプランに加入すると毎月定額を支払うことにより質の高いサービスを受けることができます。多くの方は無料でサービスを利用しているので、YouTubeがサブスクであると言われても納得しにくいかもしれませんが、しかし、無料であってもアカウントを登録し、サービスを使い続けているわけですから、YouTubeはサブスクの要件を満たしています。また、基本的なサービスを無料で提供して最初に顧客をロックインし、その後有料のプランに誘導する方法はプレミアムという広く用いられているビジネスモデルです。そのように考えてみると、私たちは普段利用しているアプリの多くは無料であってもサブスクと言えますね。

皆さんはこの本を通じてサブスクビジネスについて学んでいますが、教育もサブスクビジネスの領域となっています。UdemyやSchooといった教育に関するサブスクの多くも登録は無料であり、サービスを利用するたびに課金される従量課金方式になっています。本書の読者の方であれば、従量課金であってもサブスクであることは理解できるでしょう。

Q2-2 解答・解説

(解答例)

長年借りている賃貸物件などは、ホールドアップが起りやすい例と言えます。その物件の間取りに合わせて多くの家具を購入し、実際に使っています。また、その物件を長年利用していると、近くのどの店舗にどのような商品が売っているのか、場合によってはどの時間に近くのスーパーが値引きするのかについても熟知しているかもし

れません。

このような場合、もし大家さんが賃料の値上げを申し入れてきたら、その値上げを受け入れざるを得ないかもしれません。新しい部屋への引っ越し費用、新しい部屋に合った家具の購入費用がスイッチングコストになります。

携帯電話の特定のキャリアを長年使っている場合にも、ホールドアップが起りやすくなります。スマホ上で様々なアプリを利用していれば、新しいキャリアに切り替えて全てのアプリをダウンロードし直す手間がスイッチングコストになります。

長年通っている歯医者さんや、自分の得意や不得意を知り尽くしている個人指導塾などでもホールドアップは生じそうです。みなさんも、色々な例を考えてみてください。

Q2-3 解答・解説

(解答例)

テレビやネットでニュースを見ると、数多くの企業が OMO (Online merges with Offline) の取り組みを始めていることが分かります。ここでは2つほど事例を紹介します。

ニトリでは、オンライン接客ツールである LiveCall というシステムを活用して「ニトリのリフォーム」というサービスを始めています。リフォームのオンライン相談なのですが、ビデオ通話を通じて自宅の間取りや配置を担当者に見せながらリフォームの相談ができます。相談しながら、カタログやショールームに展示されている商品の中から買いたい商品を選び、店舗で受け取ることができます。

メガネブランドの Zoff のように、実際の店舗からオンラインに誘導するケースもあります。メガネを購入する場合には視力などの検査が必要ですが、このような検査は店舗で行う必要があります。Zoff は実店舗で測定したメガネの度数データを顧客 ID に紐づけて登録することで、顧客が EC サイトでも2本目以降のメガネを手軽に購入できる仕組みを構築しています。また、また、Zoff はオンラインストアと LINE のアカウント連携を行うことで、商品の完成通知を LINE で受け取れるようにしたそうです。

このほかにも、ユニクロやビームスなど、アパレル業界でも OMO は積極的に導入されているようです。みなさんも是非、色々な事例を調べてみてください。