

2021年5月28日
株式会社日本政策金融公庫
総合研究所

日本公庫総研レポート

『サブスクリプションにチャンスを見出す中小企業』を発行

日本政策金融公庫総合研究所では、日本公庫総研レポート『サブスクリプションにチャンスを見出す中小企業』を発行しました。

毎月一定額を支払う消費者やユーザーに商品やサービスを提供する「サブスクリプション」を取り入れる企業が増えています。中小企業もサブスクリプションをうまく取り入れることができれば、成長の機会をつかむことができます。

そこで、本レポートでは、定期購入など中小企業でも取り組みやすいサブスクリプションに的を絞り、中小企業におけるサブスクリプションビジネスの実態を探りました。

本レポートの概要は以下のとおりです。

本レポートの概要

1 サブスクリプションは新たな成長機会を得る手段

さまざまなタイプのサブスクリプションが出てきているなかで、中小企業が取り組みやすいのは、定期購入・頒布会である。定期購入や頒布会は、固定客づくりに有効な手段であり、中小企業が成長機会を得る手段となっている。

2 サブスクリプションビジネスのポイント

(1) 導入時のポイント

既存事業にサブスクリプションを導入してもカニバリゼーション（共食い）を起こしかねない。サブスクリプションに取り組む目的や対象を明確にして、サブスクリプションだからこそ実現できる価値を顧客に提供することが望ましい。

消費者に毎月料金を払おうと思ってもらうには、商品の解説書を付けたり、消費体験を提供したりして、その商品やサービスがある生活のすばらしさや楽しさを発信することが有効である。集客はインターネットを活用するのが効果的で、その主な手段はオンライン広告への出稿と SNS の活用である。

(2) 導入後のポイント

顧客に継続して購入してもらうには、商品やサービスに顧客の要望を取り入れ、改善していく必要がある。また、改善の要望とは別に、当初の商品・サービスでは満たせないニーズが存在することがわかった場合には、これに対応することで、新規顧客の獲得につながる。

※ 本レポートの全文は、[こちら](#)をご覧ください。

<お問合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所 中小企業研究第二グループ（担当：松井、酒井）

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー TEL 03-3270-1269