

第1章

「売り切り型」との比較で考える サブスクリプションの 定義と特徴

【この章のエッセンス】

●サブスクリプションは、「一定期間で継続的にサービス提供を行う形態」であり、さまざまな業界に広がっているビジネスモデルである。

●サブスクリプションは、「所有から利用へ」という消費者マインドの変化により広がってきているという特徴がある。

はじめに

昨今、「サブスクリプションモデル」、「サブスクリプション方式」といったビジネスモデルを利用したサービスがさまざまな業界で提供されるようになってきている。具体的には、ソフトウェアの定額利用サービス、毎月定額での音楽・動画配信

サービス、毎月定額で複数車種の車を好きなだけ利用できるサービス、それ以外にも、毎月定額で系列店のラーメンを1杯毎日食べられるサービスまでさまざまなものである。

前記の例から読み取れるように、サブスクリプション方式の特徴は「一定期間定額でのサービス」という点にある。もともと、英語のサブスクリプション(Subscription)という単語には「予約購読・定期購読」といった意味があったが、ICT業界において、ソフトウェア・ライセンスを売り切りの形態ではなく一定期間定額で継続課金する形態で提供する取引が増え始め、これを「サブスクリプション方式」と呼称し始めたことからこのビジネスモデルが広がったといわれている。その後、サブスクリプション方式を利用する業界は、ソフトウェア・ライセンスを

提供するICT業界から、冒頭紹介したようにコンテンツ(エンターテインメント)業界、自動車業界、飲食業界、小売・アパレル業界に広がってきている。本稿では、「サブスクリプション(方式)」というビジネスモデルの定義を「一定期間定額で継続的にサービス提供を行う形態」と整理する。

サブスクリプション モデルの特徴

サブスクリプション方式が広がった背景には「所有から利用」という消費者マインドの変化があるといわれている。また、インターネットを通じてデジタル人口の増加や、クラウドなどの利用型に馴染む技術発展なども重要な要因と考えられる。本稿では、会計処理や税務を検討

する前に、「所有から利用へ」という流れのなかで広がったサブスクリプション方式の取引上のあるいは経済上の特徴について、所有・売り切り型)と利用(サブスクリプション)の比較について、次の5つの観点から整理してみたい。

- (1) 契約形態
- (2) 所有権
- (3) カスタマイズ性
- (4) スイッチングコスト
- (5) 収益性の判断方法

(1) 契約形態

まず契約形態について、サブスクリプションの場合には使用許諾契約や会員契約などであり、売り切りの場合には売買契約や請負契約(ソフトウェアの開発など)などといったケースがほとんどである。なお、サブスクリプションモデルという呼称を利用してのもの、その実態としては売り切りの契約形態に近いケースもある点には留意が必要である。たとえば、ソフトウェアの1年ライセンスを毎年販売するような場合には、1年間の売り切りライセンスを結果的に毎年販売することでサブスクリプションモデルと似た形式になる。契