

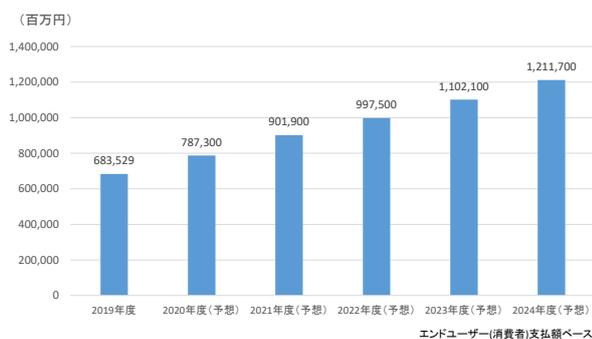
拡大するサブスクリプションサービス市場

2010.9.1 発行

急速に認知が広がる サブスクリプションサービス市場

日本においてサブスクリプションサービスの認知が急速に広がっており、市場も大きく拡大を続けております。2019年度のサブスクリプションサービス市場の国内市場規模は、エンドユーザー(消費者)支払い額ベースで、6,835億2,900万円となりました。2020年度は、前年度比15.2%増の7,873億円とさらに拡大すると予想されております(矢野経済研究所調査)。

(図表 1) サブスクリプションサービス国内市場規模



出所: 矢野経済研究所

サブスクリプションサービスとは

サブスクリプションサービスとは、本来「定期購読」を意味しております。一般消費者が、月額料金等の定額を継続的に払い続けることにより、受けられるサービスや製品の総称です。「定額制」という呼ばれ方も

されておりますが、近年は「サブスク」という略称で呼ばれることも多く、認知度は年々高まっております。音楽、動画、電子書籍、雑誌から飲食、自動車など様々な企業の進出が認められます。実は、こうしたビジネスモデルは、かなり過去においても存在しておりました。新聞や牛乳などの昔からある宅配サービスは現在でいう「サブスク」の一つであり、スポーツジムなども同様です。また、定期購入や頒布会などといった、売り切り型の物の定期的な通信販売サービスもありました。近年は、こうした売り切り型商品についても一定期間利用できるサービスとして提供されるようになっており、「サブスク」の一種となっております。

「所有」から「利用」へ

消費者が従来見られた「物を所有することから「物・サービスを利用すること」に満足感を得る傾向が見られるようになってきました。さらに、スマホの普及が進んだことにより、利便性が高まり、市場拡大を後押ししております。

利用したことがあるサブスクリプションサービスとして圧倒的に動画配信サービスがあげられております。以下、音楽定額配信、電子書籍・雑誌・コミック定額配信、ソフトウェア定額利用サービス、ゲーム定額配信サービスなどが続いております。やはりデジタル系のサービスが多くあげられておりますが、様々なサービスに広がっております。

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

アナリスト・コラム

(図表 2) 年代別サブスクリプションサービス利用ジャンル

(WEB 調査)

順位	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
1位	音楽	動画	動画	動画	動画	新聞・ニュース
2位	動画	音楽	音楽	音楽	音楽	動画
3位	ゲーム	ゲーム	書籍・雑誌・コミック	コミック/アプリ・ソフトウェア	新聞・ニュース	音楽

出所:ICT 総研

サブスクリプションサービスの消費者にとってのメリットは、いくつか挙げられます。一般的に物を購入すると通常大きな初期費用がかかりますが、サブスクでは手軽な初期コストで継続的に利用できます。また、例えば自動車であれば、駐車場や車検、税金、メンテナンスコストなどの多種多様な維持費用がかからず、面倒な手続きも必要ありません。洋服であれば、クリーニングや収納などの必要がないなど、利便性や維持コスト低減につながります。加えて、一度使い始めたとしても、必要がなくなった場合などいつでも解約することが可能なのもメリットの一つです。

一方、提供する企業側としては、継続的な消費者データを集めることにより、さらなるサービス品質向上につなげることで顧客満足度を高めることが可能となります。また、有効にデータを活用することで、大量の在庫を抱える必要もなくなります。さらに、継続的な収入が見込めることも大きなメリットとなります。こうした双方にメリットがあることから、市場の拡大は今後も続くものと思われれます。

もちろん、サブスクリプションサービスを使うデメリットもあります。消費者は、サービスを利用しない期間も一度サービスを使い始めると定額料金が発生してしまいます。また、定額のサービスであることから複数

の必要のないサービスを契約してしまい、月額費用が膨らみやすいこともあります。さらに、契約しているサービスの中には、消費者にとって全く必要のないサービスも含まれていることもあります。

企業側のデメリットもあります。初期コストを企業が負担することから、サービス開始から収益が上がるまでに時間がかかります。また、定額サービスであるがゆえに、コンテンツを増やすなどサービスを拡充しても収入増に短期的にはつながらず、コスト増で利益を圧迫することも多く見られます。

サブスクリプションサービスの今後

現在、大きく普及・拡大しているサブスクリプションサービスは、動画や音楽などのデジタルコンテンツ系が多く存在しておりますが、今後はレンタル型も拡大が期待されます。高級時計やブランドバッグ、スーツなどの衣料品に加え、自動車メーカーも参入しております。消費者は物の所有にはこだわらなくなっております。もちろん、こだわりのある高級品や思い出の品などを所有するという行動は続くと思われれます。一方で、使用する目的でのサービス利用も、今後拡大していくものと思われれます。企業側にとっても収益拡大のチャンスになる可能性があります。サブスクリプションサービスは、今後様々なポテンシャルを持ったサービスと考えられます。

国内株式運用部 国内株式運用担当
シニア・ポートフォリオ・マネジャー 兼
調査担当 シニア・リサーチ・アナリスト
松本 隆

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。