

サブスク社会での企業のあるべき姿

宮城県仙台第三高等学校 26 班

わたしたちは、サブスクリプションを提供している企業が、今後どのような形でサービスを展開していくべきかを、コロナ禍の状況などを絡めて探求してきた。先行研究の分析や校内でのアンケートを通して、企業が提供しているサブスクリプションが顧客側からどのくらい認知・利用されているのかを調査した。この調査からは学生におけるサブスクリプションのメリットやデメリットが浮き彫りとなった。世界で広がり、幅広い年代で利用されているサブスクリプションのデメリットを解消するために、どのようなサービスの形態をとっていくべきなのかを考え、提案していく必要がある。

キーワード：サブスク， コロナ禍，
オリジナルコンテンツ

I はじめに
コロナウイルスの流行により、サブスクリプション（定額制サービス）が急速に普及した。この状況を踏まえ、わたしたちはコロナ禍から収束後において、どのようなサブスクリプションが求められていくか、またサブスクリプションの利点や欠点について調べていくことにした。また、先行研究によると、成功事例と失敗事例の分析から、無形のサービスを提供し、多様なバリエーションを持つ動画配信や音楽配信のサブスクリプションが消費者の需要に適合していることが示唆されていた。探求では、これらの要素を兼ね備えるサブスクリプションが今後ますます需要を拡大する可能性が高いと考えられ、その点も絡めながら調査していくことにした。

II. 研究方法

i) 情報収集

インターネットや先行研究を利用してサブスクに関する情報を調べる。既存の研究やアンケート、データを通して現在のサブスクの種類やプランを確認し比較する。

ii) アンケート実施

今回は仙台三高の生徒を対象に次のような質問を設け、アンケートを実施した。

- ・現在サブスクを利用しているか
- ・現在のサブスク利用者を対象にどのようなサブスクを利用しているか
- ・過去のサブスク利用者（現在は利用していない）を対象にどのようなサブスクを利用していたか
- ・過去のサブスク利用者を対象に解約した理由
- ・サブスクのメリット・デメリット

・サブスクを知った経緯

・サブスク非利用者（過去も現在も利用していない）を対象にサブスクを利用しない理由

iii) 得られた情報の比較・考察

自分たちのアンケートから得られた情報や既存のデータを比較しこれからのサブスクのサービスの展望について考えた。

III. 探求内容

i) サブスクの需要について

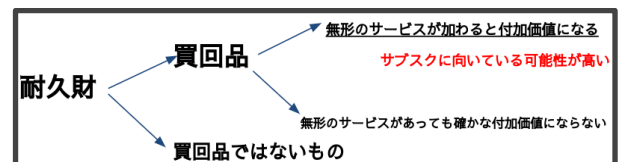


図1 サブスク予想

*耐久財：何度でも使用ができ、試用期間も長い有形の製品（耐久消費財）

買回品：質やデザインなどを比較検討した上で購入する傾向にある品物（買回り品）

図1は私達の班で先行研究をまとめたもので、買回品はサービス、商品の量が多く、豊富であると言い換えられる。また、有形のサービスよりも無形のサービスのほうがサブスクに向いている可能性が高く、実際、音楽や動画配信系のサービスのほうが顧客の需要とマッチし、売上が伸びたことがわかった。

ii) アンケート結果について

アンケートの結果、213件の回答を得ることができた。

○現在のサブスクの利用について

最も利用者が多く、全体の大半を占めていた。動画配信系サービスも全体の7割が利用している

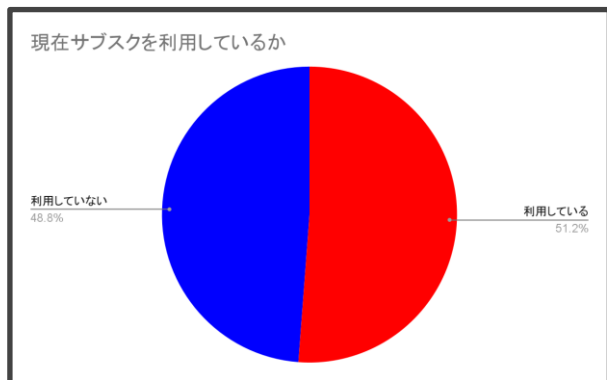


図2 サブスクの利用率について

○過去にサブスクを利用していたかについて

現在サブスクを利用していないと答えた人のうち、2割弱の人が過去にサブスクを利用していた。また、その人たちの利用していたサブスクも現在のサブスク利用者と同様に動画、音楽配信系の割合が高かった。

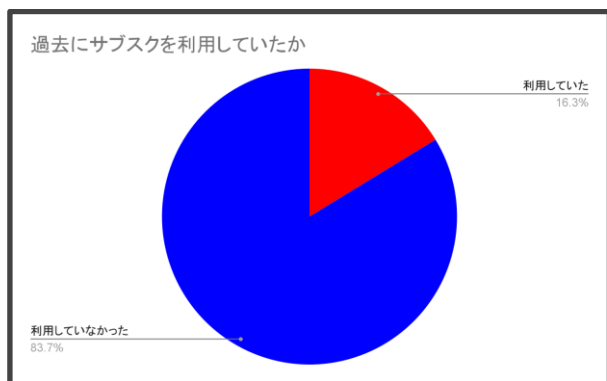


図3 過去にサブスクを利用していたかについて

○サブスクの利点、欠点について

利点について調査から分かったことは、

- ・定額で様々なサービスが利用できる
- ・オフラインでも利用可能
- ・ストレスフリー
- ・CD・DVD レンタル店に直接行かずに済むということだ。

欠点について述べられたことは、

- ・料金が高いこと
- ・契約しすぎて分からなくなる
- ・時間の浪費が激しい
- ・登録・解約が面倒

現在のサブスクの利用者は全体の半分を占める結果であった。また、音楽配信系サービスがたが、音楽配信に比べると利用率はやや低かった。

- ・学生においてクレカ決済が難しいということが挙げられた。

○サブスクの解約理由について

- ・無料期間が過ぎたから
 - ・使わなくなったから
 - ・時間の浪費が激しいから
- など、様々な理由が挙げられた。

○サブスクを知った経緯について

調査の結果、

- ・友人・知人・家族など身内から知った
 - ・ブログ・SNS・まとめサイトでの広告
- この2つの項目がほとんどであった。

IV. 考察

i) 消費者の需要に合わせたサブスクのジャンルについて

前述にもある通り、私たちはサービスの内容やプランが豊富であり、無形のものであるほうがサブスクを利用する人の需要に一致すると考えた。また、そのような取り組みを今後も継続していけば提供側の売上も向上していくと考えられる。

ii) アンケート結果について

アンケートの結果から、高校生がサブスクを利用する上で料金や支払い方法などやはり金銭的なものが弊害になっていると感じた。それらを理由に解約した利用者もいたため、この課題を改善するためには、ファミリープランの向上や高校生限定の割引を展開していく必要がある。

iii) これからのサブスクについて

私はこれらの結果から、スマートフォンを通じてのサブスクが多くの影響をもたらしていると推測する。図4に示されているように動画配信系サービスや音楽配信系サービスの割合が圧倒的に多く、これらはスマートフォンで利用、

支払いができることからこのような結果になっていると考えられる。また、私は今回の情報収

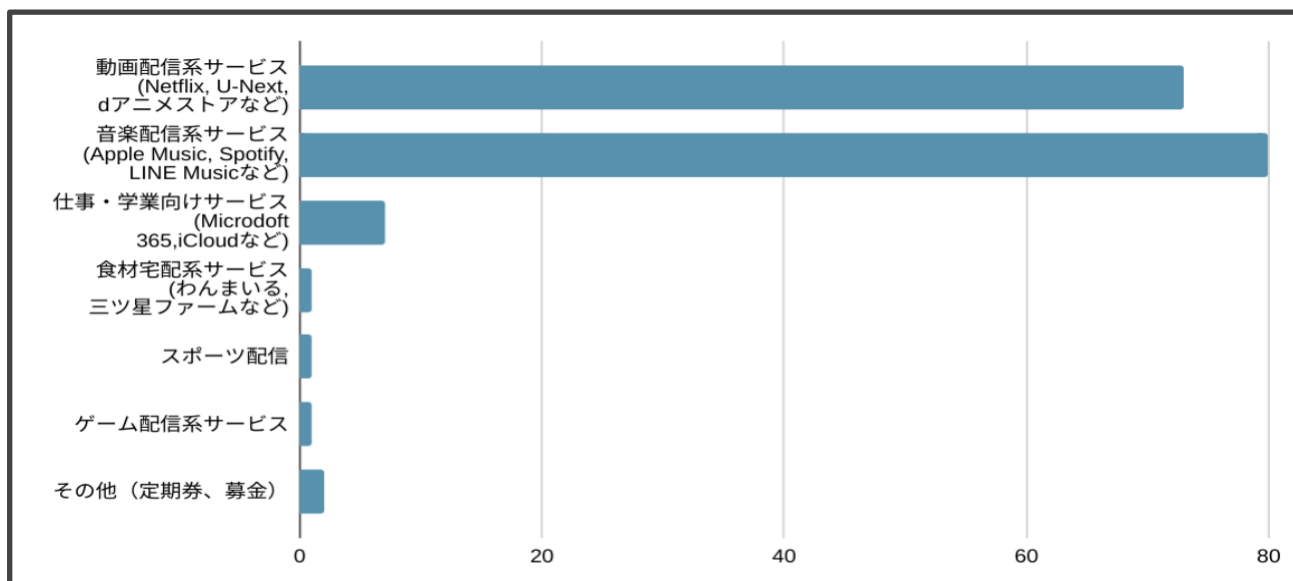


図4 現在のサブスク利用者が利用しているサブスクのジャンル

集によって学習書や参考書を電子書籍のような形で配信しているサービスを知った。図4のようにアンケートでは低い割合であったが、情報社会で授業でもタブレットを利用する学校が多くなっている中でこのような学習書のサブスクが普及していけばその分野での需要がより高まっていくのではないかと考えられる。また、サブスクの認知性について目を向けると、今回のアンケートでサブスクを利用していないと答えた人の中にサブスクを知らないという意見が多くあった。サブスクを知る多くの人は、SNSや家族、友人間からの情報であったことから、デジタル広告から紙媒体での宣伝などサブスクをより普及していく取り組みも必要である。さらに、コロナ禍が解消していく昨今、映画館の入場やスタジアム観戦などが緩和され需要が増していく中でサブスクの需要を衰退せず、伸ばしていくにはオリジナルコンテンツの配信・販売、多年代が利用しやすいサービスの展開を行っていくべきである。

V. まとめ

今回の探求では、テーマを決めた段階で流行していたコロナウイルスとその状況で普及してきたサブスクを関係させて研究してきた。自分たちで集めたアンケートは校内の生徒の情報でしか集められず偏った結果であったかもしれないが、既存の情報やデータを照らし合わせ、考察

あつたが、あるサービスの経済の動向を時世と具体的な情報を絡めて考察するという経験ができてよかった。また、今後のサブスクリプションの動向に注目していきたい。

VI. 参考文献

・西田宗千佳 2022年

Netflix 会員減少が示す、映像配信の「安定期」

することができた。この研究では、コロナ禍での状況と絡めているが先が見えないこの状況でどのように、どれくらいサブスクが求められていくかを予測することはとても難しいことでは

https://www.watch.impress.co.jp/img/ipw/docs/1405/238/html/n01_o.jpg.html
・キムソジョン、太田康広 2020年
サブスクリプションビジネスが成功するための有形商材の条件
<https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/download.php/>