

安定した収益に繋がる！？

リカーリングビジネス

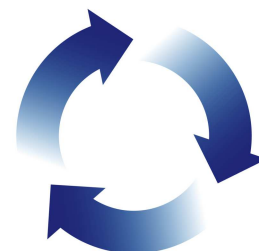


近年、従来の商品やサービスを売ったら終わりの買い切り型とは異なるビジネスモデルが増えてきました。その中の一つが「リカーリングビジネス」です。顧客との継続的な関係を築いた上で、安定的な収益を得ることを目的としているため、持続可能なビジネスとして注目を集めています。同じようなビジネスモデルのサブスクリプションは耳にすることも多いと思いますが、どのような違いがあるのでしょうか。

リカーリングビジネスとは

リカーリング(Recurring)とは、「繰り返される」「循環する」という意味で、商品やサービスを売って終わりではなく、継続して取引を行い、継続的に安定した収益をあげるビジネスモデルのことです。

実は、リカーリングビジネスは古くから存在しており、代表的な例は100年以上前に米国企業が、カミソリの替刃の取り替え需要で継続的に収益を上げられるようにした事例があります。カミソリ本体を無料配布し、替刃を顧客に継続的に利用してもらうことで収益を上げたのです。



サブスクリプションとの違いとは？

リカーリングとよく似たビジネスモデルとして「サブスクリプション(Subscription)」があります。サブスクリプションとは「定期購読」「会費」といった意味です。

「サブスクリプション＝定額制」、「リカーリング＝従量課金制(変動型)」と区別されることが多く、サブスクリプションは、一定期間サービスや商品を利用するために、決められた金額を月払いや年払いで支払う形のことです。たとえば、定額制でどれだけ視聴しても料金が変わらない動画視聴や音楽配信サービスは、サブスクリプションとされています。

リカーリングビジネス用語として頻繁に活用される用語として「リカーリングレベニュー(継続利益)」と「リカーリングコスト(継続的な費用)」が挙げられます。

リカーリングビジネス事例

コピー機・プリンター

コピー機やプリンター本体は無料レンタルや原価にも満たない格安価格で販売し、使用するトナーやインクを販売することで利益を得ています

携帯電話

現在は定額制のサブスクリプション型も増えましたが、電話をかけた時間や使用したデータ容量により、料金変動します



ウォーターサーバー・コーヒーメーカー

ウォーターサーバーやコーヒーメーカーの本体を無料や格安でレンタルし、水やコーヒー豆の使用量で利益を得ています

電気代や水道代などの光熱費

実際に使用した分の料金が支払われます

リカーリングビジネスのメリットとデメリット

□メリット → 顧客第一主義に徹したサービス運用ができることで、利益の平準化に繋がる可能性がある。

- ・顧客を確保し続ける限り、売上の試算がしやすく、継続的なデータ収集ができる
- ・サービスをスピーディーにリリースし、顧客の声を反映しつつ、継続的なサービスのブラッシュアップができる
- ・製品やサービスを利用する顧客を確保し、その顧客を維持していくことに販売戦略を絞ることができる

■デメリット → 顧客満足度の維持と運用コストのバランスがとれないとうまいかない。

- ・一定数の顧客を確保しないとビジネスとして成立しないため、事業が収益化するまで時間や資金がかかる
- ・顧客は使った分だけの料金を支払うため、サービスの使用感、不具合の少なさ、サポート体制等に敏感になることで不満やストレスをため込みやすい原因となり、その改善力がなければ継続利用に繋がらず、解約されてしまう
- ・顧客満足度をキープし続ける必要があるため、運用保守やアップデート、バックオフィス人員等、コストがかかる
- ・使用料により価格に変動があるため、利益も変動しやすい



リカーリングビジネスは新規顧客の獲得だけでなく、既存顧客の満足度を維持することがポイントになりそうです。要するに、リカーリングビジネスとは、価格の問題に見えて、実は、顧客との関係性・繋がりがテーマなのです。関係性を価格化する以上、その原資となる顧客との繋がりは継続的に強化しなければなりません。いかに、顧客と確固たる関係性を築くのか、その切り口を何にするのか、他社以上に顧客が自社と関係を持ちたがる理由を見出す等を常に意識しながら、企業活動を発展させていくことでしょうか。顧客とリカーリングしながら、持続的に成長し、共創していくことなのかもしれません。