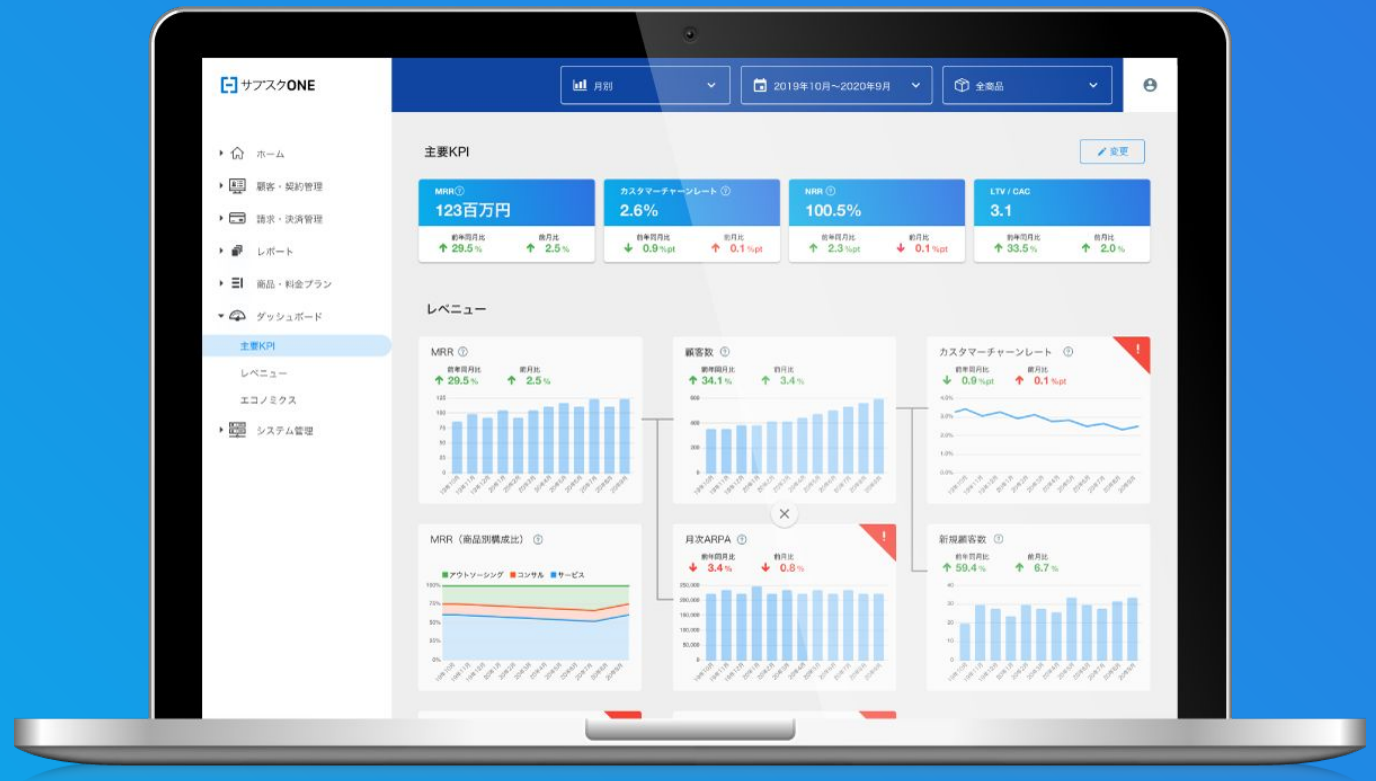


# サブスクONE 概要資料

ver 1.03

株式会社サジェスタム



1. サブスクONEとは
2. サブスクビジネスで良くある課題
3. サブスクONEの特徴
4. 基本機能
5. 導入事例
6. 料金プランと導入の流れ
7. 会社概要

# 1. サブスクONEとは

# サブスクビジネス管理に 必要な機能をひとつに



サブスクONE(サブスクワン)は、  
SaaS等のサブスクリプションビジネスの管理に必要なコア機能を提供する  
プラットフォームで、周辺システムとの柔軟な連携が可能です

# サブスクONEが生まれた背景



 サブスクONE

## 弊社はモバイル業界で10年に渡り、サブスクビジネスを支える バックエンドソリューションを提供

- モバイル業界のプライシングはサブスクビジネスの先端領域であり、独自かつ複雑な発展を遂げてきた
  - 通信 (音声・データ)、端末、オプション、他サービスとのバンドル
  - 利用者と家族、法人と従業員の考慮
  - キャリア間競争は、通信・端末ではなく、料金プランやキャンペーンに集中
- 最近、SaaSを中心に話題になっているKPI (ARPU、LTV、チャーンなど) もモバイル業界ではずっと管理されてきた指標
- ただし、通信業界はスクラッチで自社利用システムを開発している場合が多く、それをサービスとして提供している事例は少ない

## 多くの業界からのご要望に応じて「サブスクONE」としてサービス化

- 数年前から、通信以外のサブスクリプションにおいても、柔軟な高度プライシングを求める声が増えてきた
- プロダクト自体の差別化は通常難しいので、市場に柔軟に対応した料金プランやキャンペーンをすばやく展開する事が必須 (プライシングによって、顧客獲得、アップセル・クロスセル、解約防止、収益率向上などをドライブ)
- 自社開発したり、類似サービスを利用しているサブスク事業者が、現状の柔軟性に不満を持ち、リプレースの打診をしてくることも多い

## 2. サブスクビジネスでよくある課題

## データを集めて、 手作業で計算・管理



- 契約内容やサービス利用量に関するデータが複数システムに分散
- Excelなどで計算してから、システムに手動でアップロード

## 課金プラン・契約形態を 拡張できない



- 社内システムやECカートでは単純な定額課金や契約形態しか組めない
- 顧客獲得に必要なキャンペーンや料金プラン修正が機動的にできない

## どの指標を見れば良いか 分からない



- SaaSやサブスクビジネス特有の指標に馴染みがなく、どれが重要か分からない
- KPIごとの因果関係が分からず、要因を深掘りできない

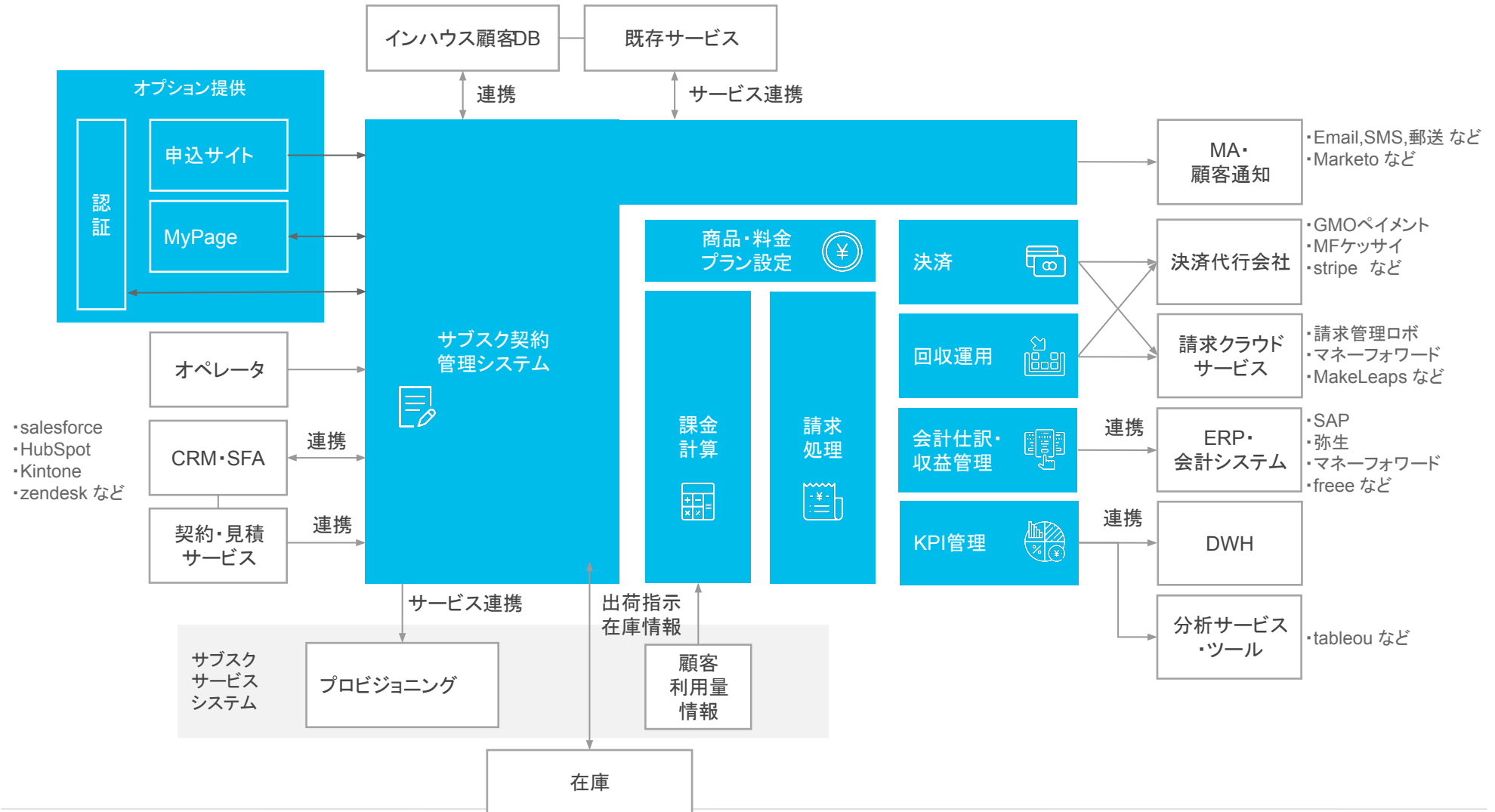
**サブスクONEは、このような課題を解決し、  
あらゆるサブスク事業の効率化と成長をサポートします**

### 3. サブスクONEの特徴



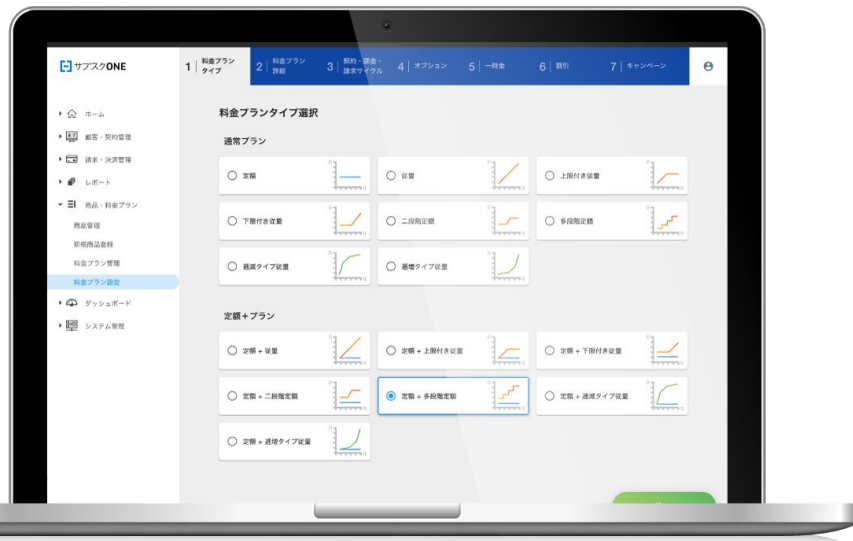
# サブスクONEの特徴 ① 社内システムやクラウドツールとの柔軟な連携

社内の既存システム・顧客DB・クラウドツールなどと柔軟に連携し、サブスクビジネスにかかる一連の業務を自動化



# サブスクONEの特徴 ② サービスを自由に設計できる、柔軟な課金プラン

基本となる課金パターンを選択・組み合わせとパラメータ調整で、多様な課金プランに対応



課金ロジックに矛盾がなければ、  
サブスクONE上で全て実現可能

定額

・月／年定額

+

従量

・比例／逓減／逓増従量課金  
・上限／下限付き従量課  
・2段階／多段階従量課金 など

+

オプション

・アップセルを目的としたオプションサービスの提供

+

一時金

・売り切りサービス(物販など)  
・各種手数料  
・加入時／休止時／解約時発生一時金 など

+

割引

・条件付割引(定額・従量)  
・日割り対応  
・複数サービス間の条件付き料金・割引  
・複数契約者間の条件付き料金・割引(家族割など)  
・複数契約者間の分け合い など

+

キャンペーン

・加入時期間限定割引  
・条件付き(一定以上利用、紹介など)期間限定割引 など

+

サイクル

・契約期間  
・課金サイクル  
・請求サイクル

## 「Pricing Sprint」- サブスクONEとの連携

プライシング適正化エンジン「Pricing Sprint」との連携により、導入後のグロースまで支援



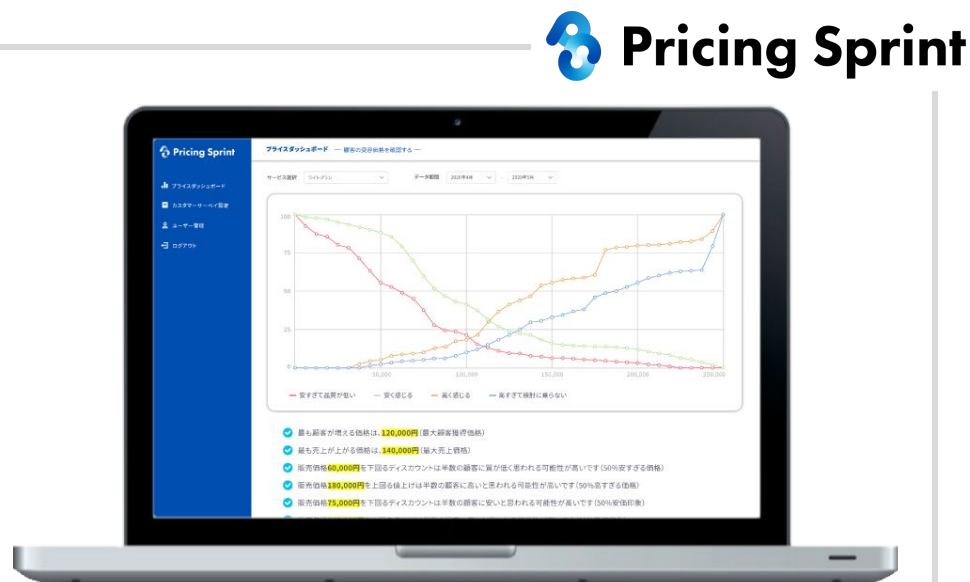
戦略コンサルティングや調査会社などの  
プロフェッショナルファームが実行するような、  
価格変更に必要な全てのプライシング  
プロセスをSaaS化したサービス

実購買者への  
価格感度調査

## 価格変更シミュレーション

## プライスコンサル 実行支援

<https://pricing.co.jp/pricing-sprint>



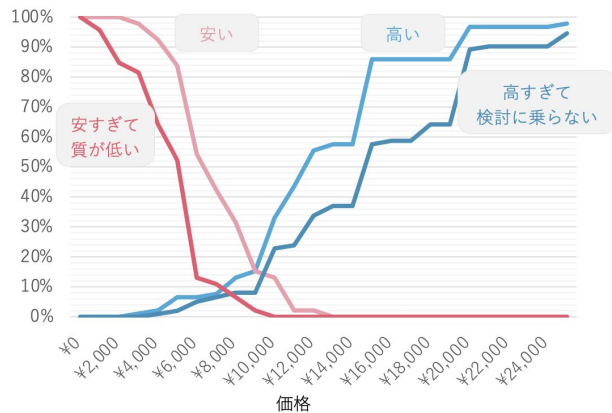
- Pricing Sprintはプライシングスタジオ株式会社が提供するサービスであり、弊社とプライシングスタジオ社は業務提携関係にあります
- サブスクONEとPricing Sprint間で業務連携する事で、柔軟な価格分析・反映が可能となります
- 詳細は弊社担当者までお問い合わせ下さい

# 「Pricing Sprint」- 分析アウトプットイメージ



## 価格感度分析

- ・想定ユーザへの仮想調査ではなく、サービス実購買者を対象にした質の高い調査
- ・PSM (Pricing Sensitive Meter) による価格感度の可視化



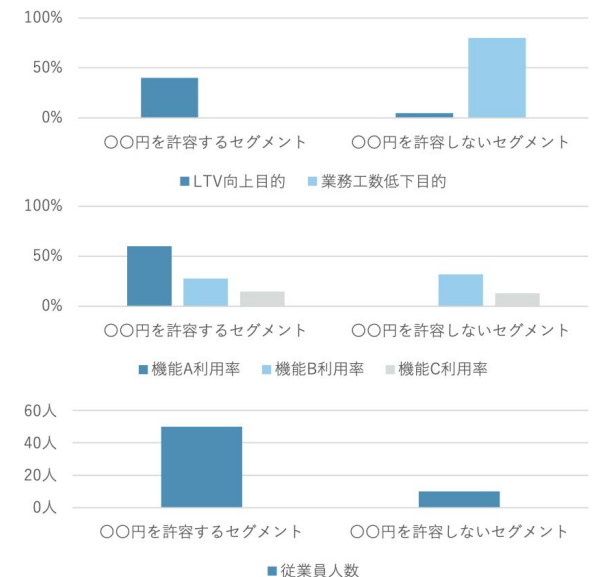
## 価格変更シミュレーション

- ・価格感度分析を基に、価格ごとに顧客数・売上を試算
- ・顧客数最大化または売上最大化される推奨価格を算出

	価格	顧客数推計 (現行価格対比)	売上推計 (現行価格対比)
	1,880円	85人 (-15%)	159,800円 (-36%)
	2,080円	98人 (-2%)	203,840円 (-18%)
	2,280円	98人 (-2%)	223,440円 (-11%)
顧客最大価格	2,480円	105人 (+5%)	260,400円 (+4%)
現行価格	2,500円	100人 (±0%)	250,000円 (±0%)
	2,580円	93人 (-7%)	239,940円 (-4%)
	2,780円	92人 (-8%)	255,760円 (+2%)
売上最大価格	2,980円	92人 (-8%)	274,160円 (+10%)
	3,180円	48人 (-52%)	152,640円 (-39%)

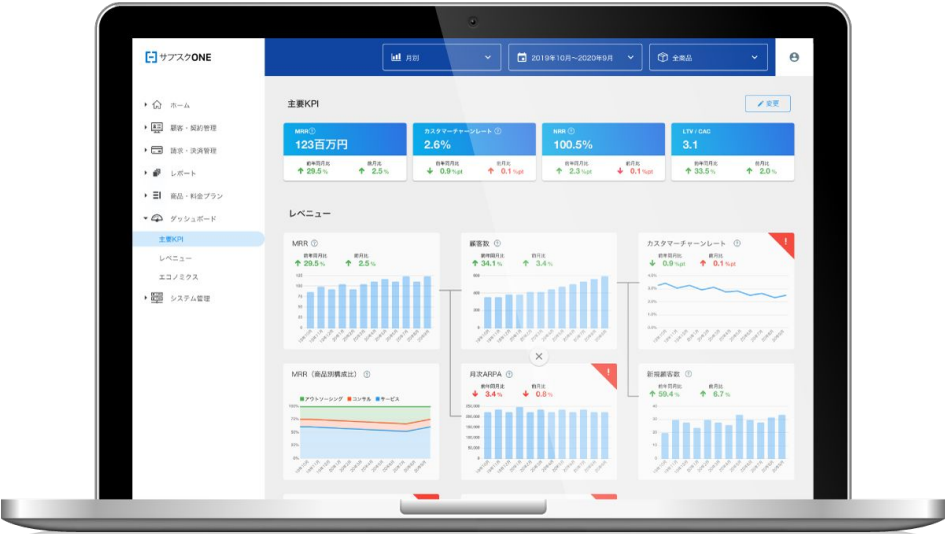
## 顧客離脱分析

- ・価格改定による離脱顧客数(量)だけでなく、どういう顧客が離脱するか(質)も特定
- ・利用動機、使用する機能、利用頻度、業態、事業規模など



# サブスクONEの特徴 ③ 業界初！ KPIツリー型のダッシュボード

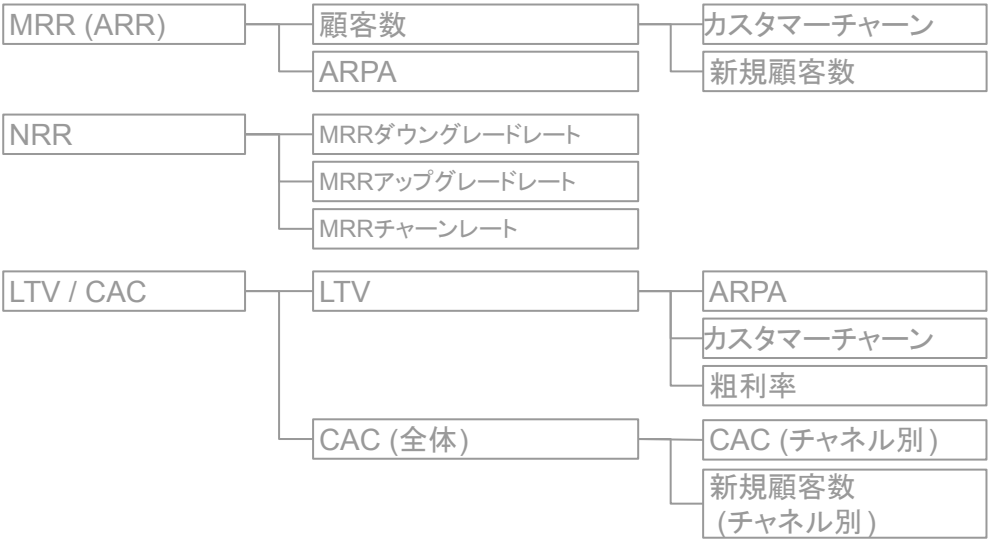
サブスクビジネス特有のKPIを正しく理解し、自社の課題となっている指標を特定・改善し続けていく事が可能



## 課題を発見しやすい画面・機能

- ・主要KPIの設定・トップ表示
- ・月別 / 年別 の推移表示
- ・前月比、前年同月比の表示・アラート
- ・商品別 / 顧客別のドリルダウン
- ・予算・目標値の設定、予実比較 (今後、開発予定)

## ダッシュボードで設定されているKPIツリー



## その他、サブスクビジネスの基本的なKPIを網羅

(今後、開発予定)

ACV	レベニューチャーンレート
TCV	Quick Ratio
課金顧客率	CAC回収期間

など

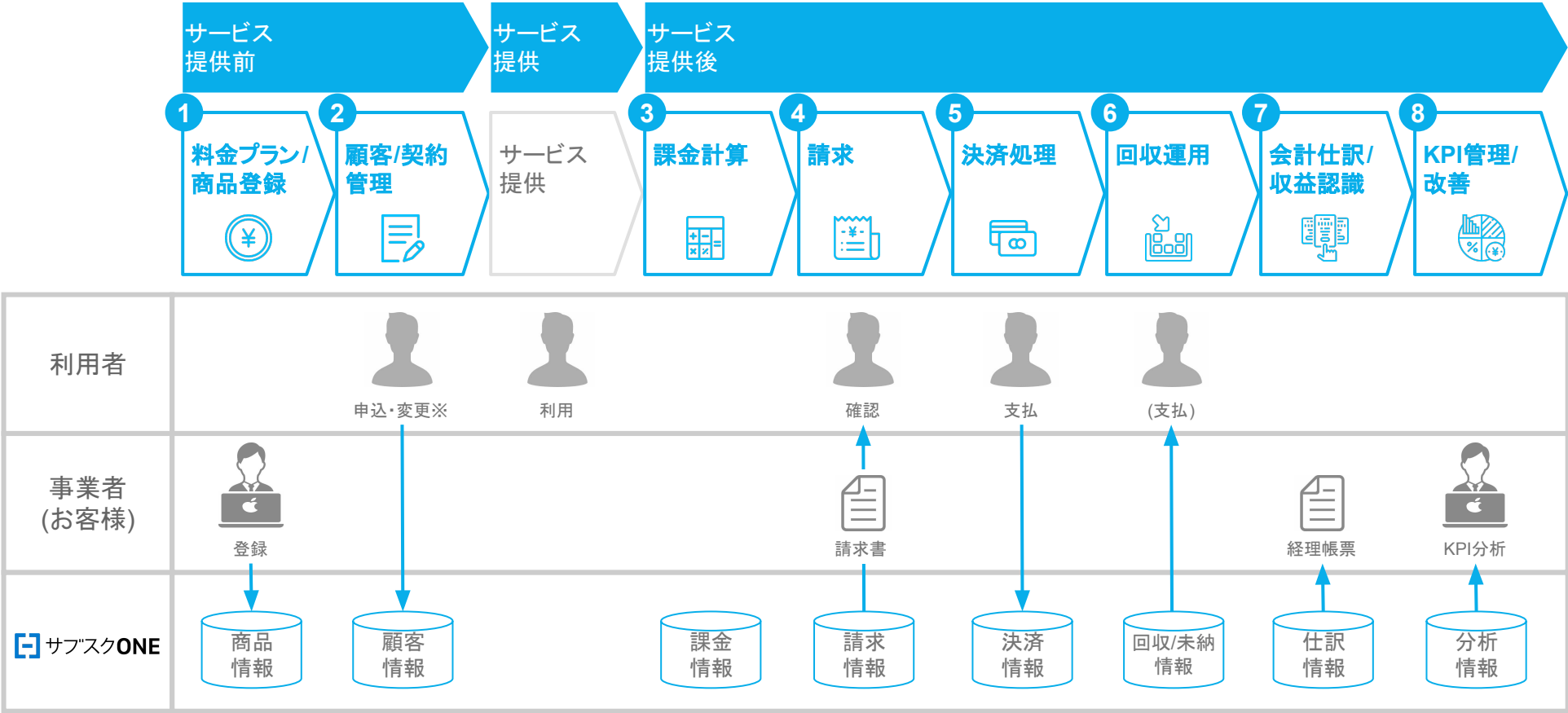
MRR (ARR)	自動集計	MRR = Monthly Recurring Revenue (月次収益)。その月に計上する継続課金の売上(税抜)の合計
顧客数	自動集計	当月に契約が有効だった顧客の数。
カスタマーチャーンレート	自動集計	前月の顧客数のうち、当月に契約終了した顧客数の比率。
新規顧客数	自動集計	その月に新たに登録された顧客の数。
ARPA	自動集計	ARPA = Average Revenue per Account (顧客あたりの平均売上)。MRRを顧客数で除したもの。
NRR	自動集計	NRR = Net revenue Retention Rate (売上継続率)。1を超えると、新規顧客ゼロでも売上が増えていく。
MRRアップグレードレート	自動集計	既存顧客のMRR(ARR) 増加率 (例: 契約追加 / プランUpgrade / 従量課金での利用量増加 / ID数の増加 等)
MRRダウングレードレート	自動集計	既存顧客のARPA減少によるMRR(ARR) 減少率 (例: 一部契約解除 / プランDowngrade / 従量課金での利用量減少 / ID数の減少 等)
MRRチャーンレート	自動集計	既存顧客の契約解除によるMRR(ARR) 減少率

LTV / CAC	自動集計	LTVをCACで除したもの。別名ユニットエコノミクス。SaaS業界では3を超えるかが収益性の目安。
LTV	自動集計	LTV = Life Time Value (顧客生涯価値)。契約終了までの期間に顧客が平均的に支払う金額の予測値。
ARPA	自動集計	(前述)
カスタマーチャーンレート	自動集計	(前述)
粗利率	ユーザ設定	プロダクトタイプごとの粗利率。サブスク事業者側で月別に登録する。
CAC (全体)	自動集計	CAC = Customer Acquisition Cost (顧客獲得コスト)。 1顧客の獲得にかかっているセールス・マーケティングコスト。
CAC (チャネル別)	ユーザ設定	顧客獲得チャネルごとの新規顧客獲得コスト。サブスク事業者側で月別に登録する。
新規顧客数 (チャネル別)	自動集計	新規顧客数の顧客獲得チャネルごとの内訳。

## 4. 基本機能

# 基本機能 一覧

サブスクONEは、サブスク事業運営に必要な機能を包括的に提供します



※利用者向けの申込みサイト、MyPageサイトはオプションで提供



## ① 料金プラン 設定・商品 登録



### 広範な料金プラン・割引パターンに対応

- 基本となる課金パターンを選択・組み合わせして、パラメータ調整する事で、あらゆる課金プランに対応可能  
(定額、従量課金、一時金、割引、請求サイクル)

※詳細はP.10を参照



### 日本特有の商慣行や法人契約に対応

- 利用月ベース、請求月ベースの割引対応
- 法人顧客ごとの特別料金設定 (相対取引)
- 通常の料金プランの設定と追加料金設定



### コーディング不要、直感的な操作で各種設定が可能

- 上記の料金プランや特殊条件を適用・変更するのに、クライアント企業側でのコーディングは不要
- 直感的な操作で、各種設定が可能

## ② 顧客管理・ 契約管理



## サブスク特有の顧客・契約管理業務をトータルサポート

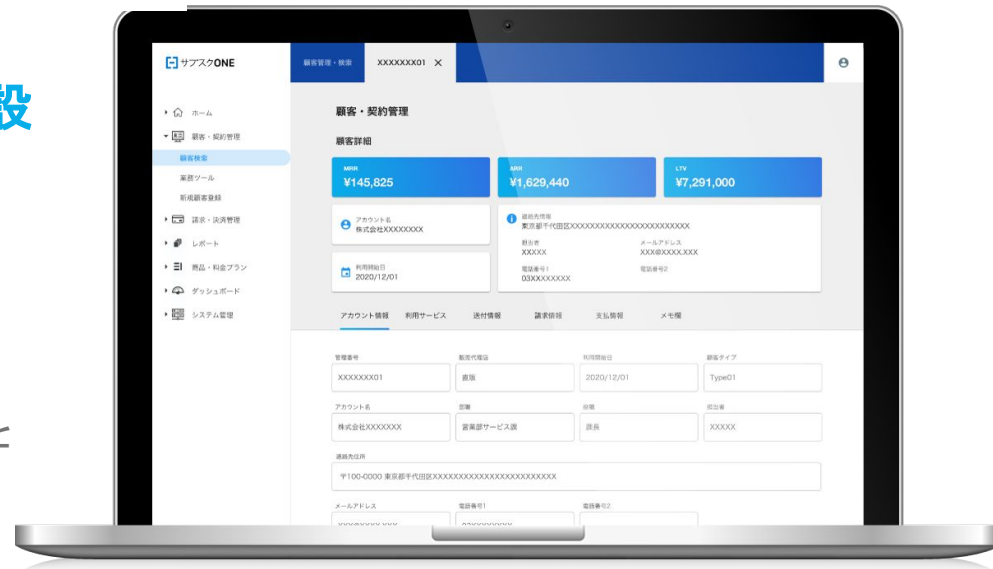
- 契約開始からカスタマーサポートまで一貫してカバー
- 請求処理システムとスムーズに連動

## ステータス変更を一元的に管理しやすい管理画面

- 日付管理: 事前設定、適用日のハンドリング、キャンペーン対応など
- プライシング施策: 割引などのオプション料金設定、特に複数商材の割引適応、変更、解約

## 契約データへのアクセス権限の設定

- アカウント、サービス、オプションごとに時間軸を考慮した細かな設定・制御
- 適用時期やリードタイムを考慮した制御、細かな代理店ポリシーの適用
- アカウント、サービス、デバイス、代理店といった様々な項目を軸とした分析



# 基本機能 ③ 課金計算、④ 請求

## ③ 課金計算



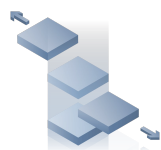
### サービス利用量に基づき、従量、日割金額などを算出

- エンドユーザのサービス利用データと連携

### 日次、月次、随時など、様々な処理頻度に対応

- 日次処理による確定前集計
- マスタのタリフ変更による料金シミュレーションや、卸料金・代理店手数料計算などにも利用可能

## ④ 請求



### 請求モデルを柔軟に設計可能

- 定額、従量(回数/日～年など)、期間割、複数購入割引といった様々な課金プランをはじめ、キャンペーン価格、日割りなどに応じて、請求金額を算出

### 請求締め日・頻度を自由に設定可能

- 請求群は、31群(毎日締め)まで対応
- 解約されたお客様などに対して、任意のタイミングで即時の請求発行
- 請求発行件数の増加に対応して、請求群を追加

### 複雑な課金・請求処理を、請求書に分かりやすく記載

- 特殊要件によるカスタマイズ発生時の機能組込みが容易に
- どのような計算でその請求額になったかの内訳を請求書に明記

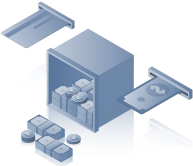
# 基本機能 ⑤ 決済処理、⑥ 回収運用

## ⑤ 決済処理



### 様々な決済方法・決済代行会社に対応

- コンビニエンスストア振込、銀行口座振込、郵便局口座振込、銀行口座自動振替、クレジットカード決済、営業窓口での直接収納に対応
- 口座振替やクレジット洗替の結果反映にも対応



### 各種入金の取込対応

- 口座振込、口座振替、コンビニ収納、クレジットカード、マニュアル入金など

## ⑥ 回収運用



### 回収プロセスの自動化により、未回収リスクを低減

- 決済代行会社への決済リトライ
- 各顧客に合わせた自動督促プロセスで、期日の過ぎた請求書の支払を督促し、状況に合わせて対象サービスの一時停止、再開、メール / SMS通知の送信などを実施



### 回収成功率に関するレポートの作成

- プロダクト別顧客タイプ別

# 基本機能 ⑦ 会計仕訳・収益認識、⑧ KPI管理・改善

## ⑦ 会計仕訳・ 収益認識



### 既存の会計システムに合わせた仕訳データを作成

- 各サービスとの連携実績

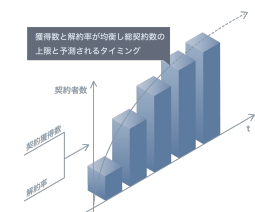
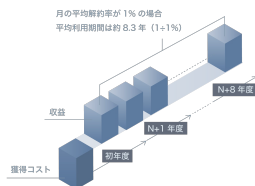
### 債権年月ベースの制御による入金変更や、複雑な入金も管理

- 過剰入金、過小入金、二重入金など預り金も制御

### 顧客支払残高管理

- 発生時一括計上売上の分割払い、分割計上、延滞金対応などに対応

## ⑧ KPI管理・ 改善



### パフォーマンスを適切に把握するKPIを提供

- 通常の年度会計では効果を測りづらいサブスクリプション型のビジネスでは、これまでとは異なるKPIの可視化が不可欠
  - 顧客に対する課金の期間が年間より長い場合が多い
  - エンドユーザーの獲得時の営業コストやサービス内容への投資は、課金期間全体での回収可能性で見極めるべきだが、年度会計とは齟齬が生じやすい

### 将来の利益を把握し、ビジネスの健全性を正しく判断

- 契約獲得数、契約者数、解約率、ARPA、LTV 等

## 5. 導入事例

# 導入事例 ① MVNO A社

## MVNO事業の買収に際し、回線を移管するソリューションを提供し、システム連携を実装

### 課題 背景

- A社は**他社MVNO事業の買収**を検討していたが、**システム要件は非常に複雑**だった（約30万回線の契約、複雑な料金体系端末割賦など入り組んだ契約内容）
- A社内のシステムで対応しようとすると、**買収実行に間に合わず、大きな投資も発生する状況**

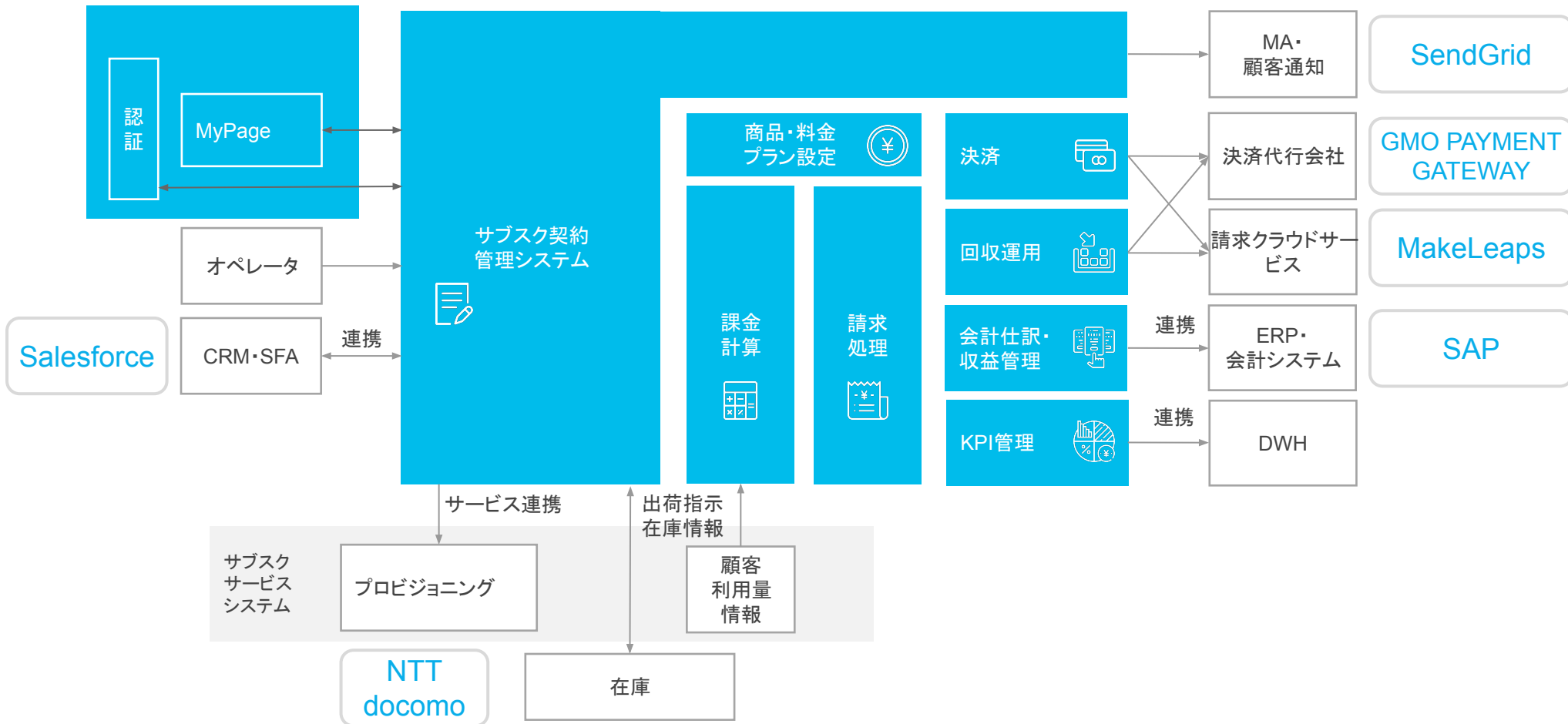
### 提供 内容

- サブスクONE**基本機能**のご利用  
（料金プラン設定、継続契約管理、課金計算、請求処理、決済処理、会計仕訳・収益管理、MyPage ）
- クライアント社内の**既存システムとの連携**  
（CRMとしてsalesforce、プロビジョニングとしてネットワーク設備とキャリアの顧客情報管理システム（NTTドコモのALADIN）、顧客通知としてメール配信の SendGrid、会計システム、決済代行会社）

### 成果

- **約2ヵ月**という短期間の買収プロセスを実現
- 移行後も安定してサービスを提供し、**解約増加もなし**
- 買収後に行ったネットワーク設備変更への対応も約 2ヵ月で完了、現在まで問題なし

# 導入事例 ① MVNO A社 - システム連携





### SaaSビジネス開始にあたり、サービス運用に不可欠な機能を2ヶ月で実装・運用

#### 課題 背景

- ソフトウェア B社は従来のパッケージソフト販売に加え、SaaS事業を開始
- 既存システムでは、料金プラン設定、契約管理、請求・決済など、**SaaS特有のバックエンド機能に対応不可能**

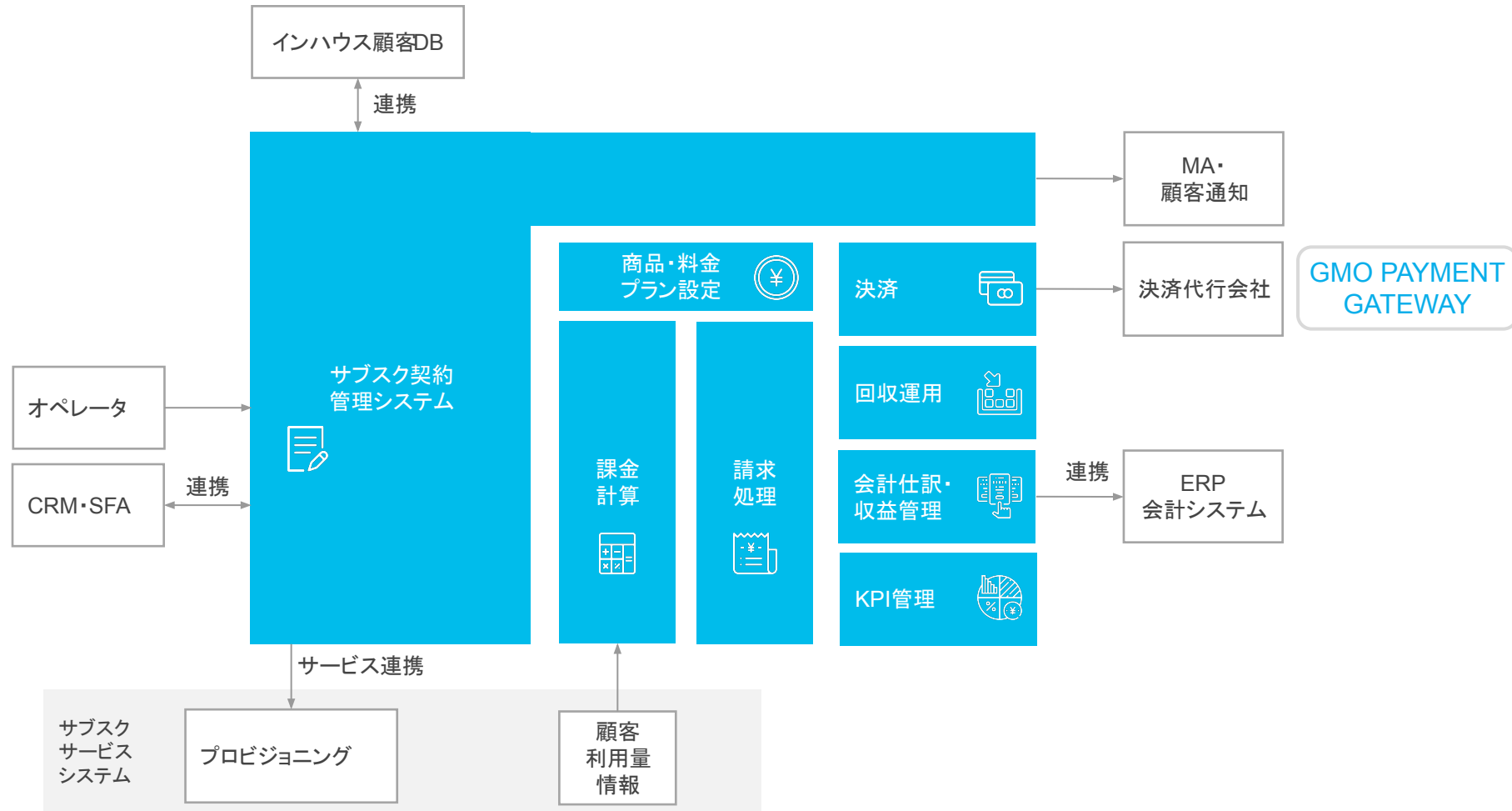
#### 提供 内容

- サブスクONE **基本機能**のご利用  
(料金プラン設定、継続契約管理、課金計算、請求処理、決済処理、会計仕訳・収益管理、回収運用、KPI管理)
- クライアント企業サイト等との **連携**  
(クライアントサイト、プロビジョニングとしてクライアントの管理サーバ、決済代行会社、会計システム、事業管理部門へのKPI提供)

#### 成果

- クライアント企業によるバックエンドの **自社開発が不要に**
- **開発・運用コストを抑えた上で、2ヵ月という短期間でサービス開始**

## 導入事例 ② SaaS B社 - システム連携



## 導入事例 ③ コネクテッドカー C社

### コネクテッドカー・サブスクリプションサービスを、短期間で0から実現

#### 課題 背景

- 自動車メーカ C社は、コネクテッドカーのサービスを開始するにあたり、通信サービスを含むサブスクリプションサービスの **経験がほとんどなかった**

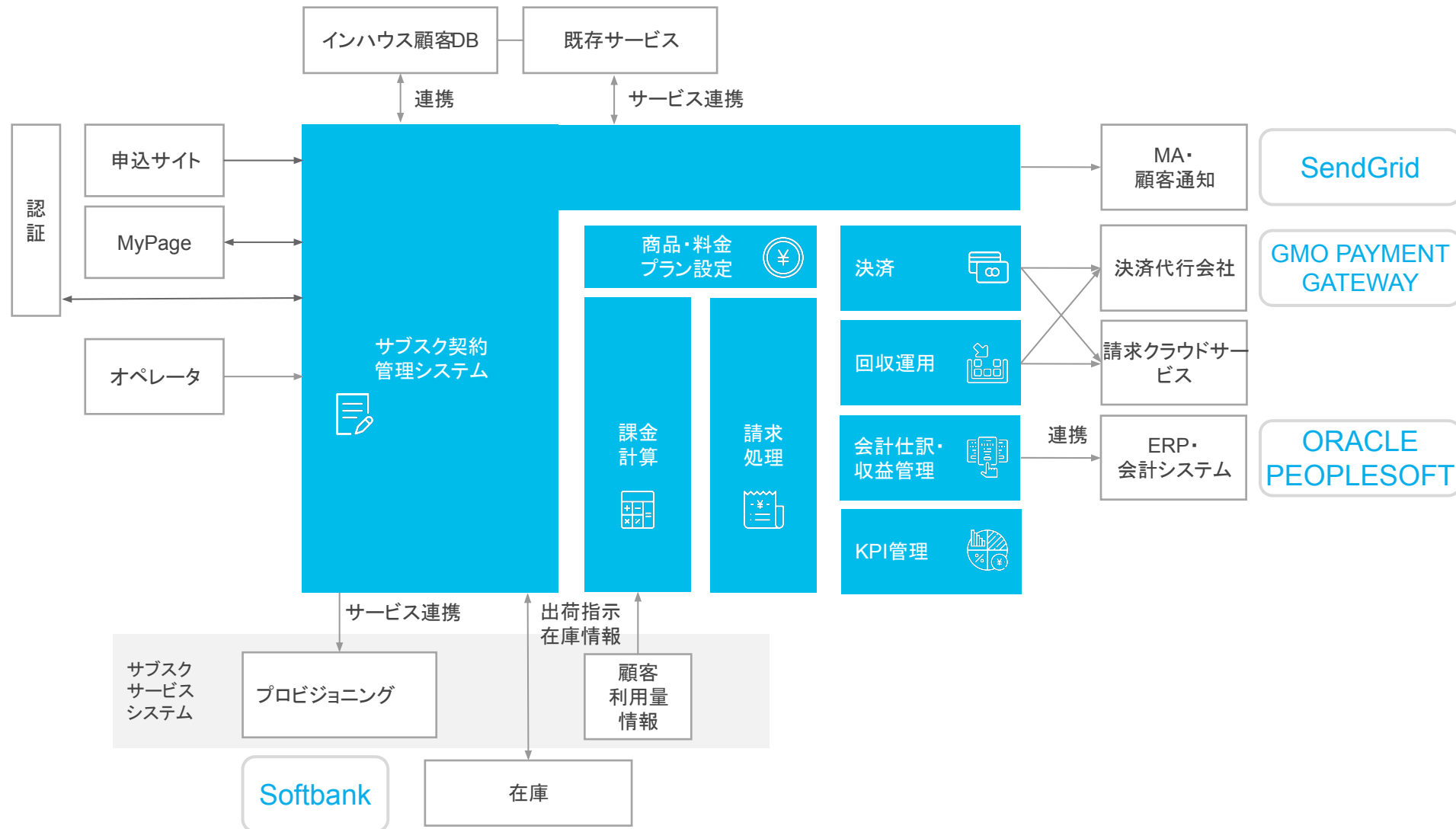
#### 提供 内容

- **企画段階から参画**し、サービス仕様、必要機能、通信法務面などを整理
- サブスクONE**基本機能**のご利用  
(料金プラン設定、継続契約管理、課金計算、請求処理、決済処理、会計仕訳・収益管理、回収運用、KPI管理 )
- CRMを除く**全てのシステムとの連携**  
(申込サイト、MyPage、IoT機器在庫、既存顧客データベース、プロビジョニングキャリアの顧客情報管理システム (ソフトバンクのJasper)、決済代行会社、顧客通知としてメール配信、会計システム、事業管理部門への KPI提供)

#### 成果

- C社にとって経験・ノウハウがないサブスクリプションサービスだったが、**半年程度でのサービス開始が可能に**
- 今後、本プラットフォーム上に **新たなサブスクサービスを追加予定**

# 導入事例 ③ コネクテッドカー C社 - システム連携



## 6. 料金プランと導入の流れ

## ライトプラン

サブスクビジネスを  
始める上での基本機能

月額 **98,000円**~

- ✓ これから事業を始める個人・小規模事業者様
- ✓ シンプルな月額定額課金や定期配送便
- ✓ システム連携:なし
- ✓ マイページ/申込サイトの提供:なし
- ✓ 決済:クレジットカードのみ
- ✓ 月額売上 500万円未満

※初期費用が別途発生します

## エンタープライズプラン

柔軟な課金プランや  
システム連携に対応したフル機能

要件に応じて  
お見積り

- ✓ 既存事業を大規模に展開しているtoC/toB事業者様
- ✓ サブスクシステムのリプレースを検討している事業者様
- ✓ 従量課金を含む多様な課金・割引や契約形態
- ✓ システム連携対応
- ✓ マイページ/申込サイトをオプション提供
- ✓ クレジットカード以外の決済にも対応
- ✓ 月額売上 500万円以上

※初期費用が別途発生します

# 導入の流れ

ヒアリング・ご提案

初期設定・導入支援

ご利用開始

ライト  
プラン

お見積り  
(初期費用)

初期設定  
支援

導入支援

システム  
稼働

エンター  
プライズ  
プラン

要件概要  
の確認

※次頁参照

要件確定  
(仕様・システム  
連携など)

お見積り  
(初期・  
月額費用)

初期設定  
支援

カスタ  
マイズ  
(システム  
連携等)

連携  
テスト

導入支援

(必要で  
あれば)  
データ  
移行

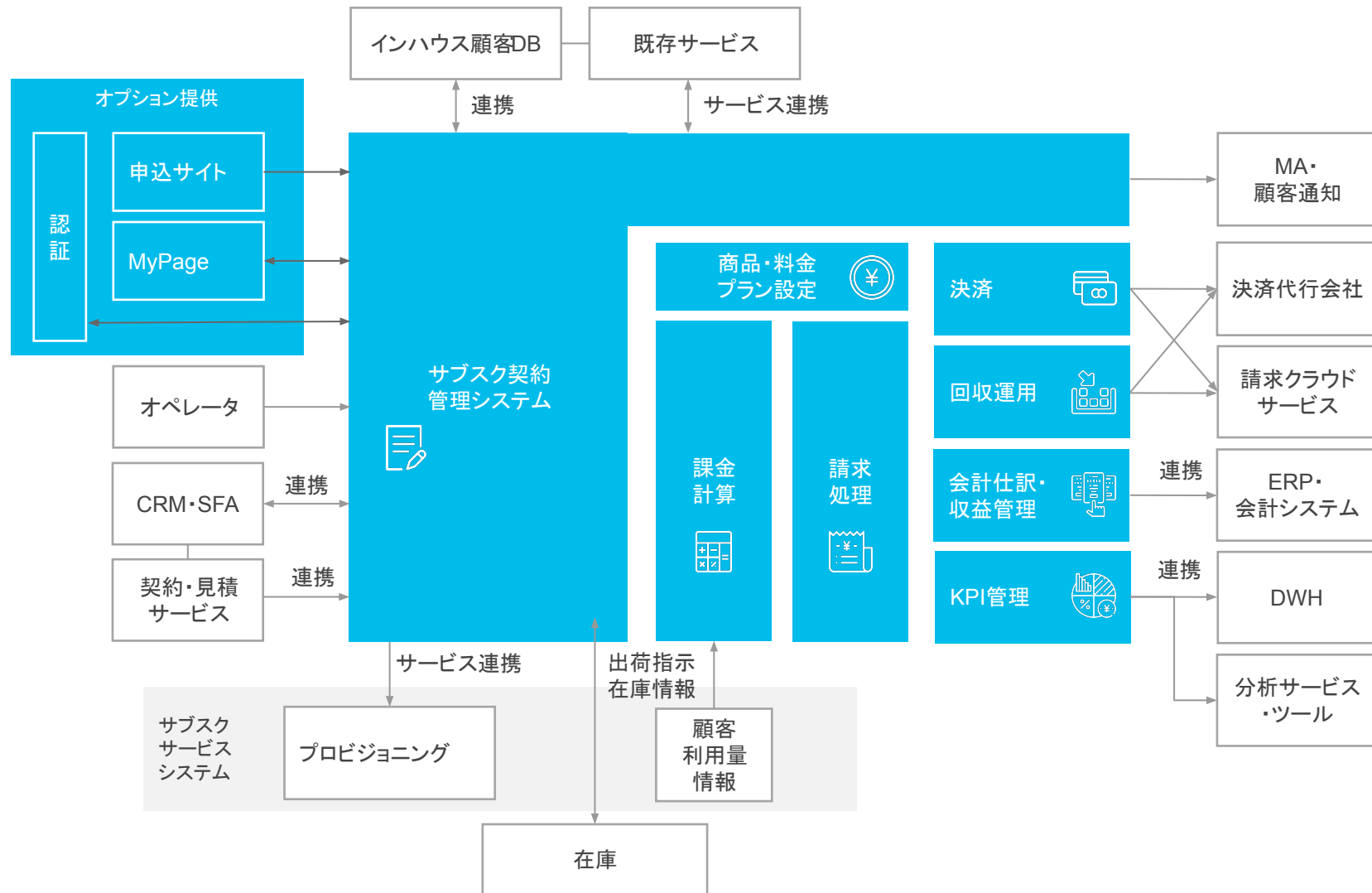
システム  
稼働

## 要件概要 (お問い合わせの際、下記をお知らせください)

	ライトプラン	エンタープライズプラン
サブスク販売する製品・サービス	✓	✓
エンドユーザータイプ(法人／個人)	✓	✓
想定エンドユーザー数(開始時・1年後・3年後)	✓	✓
料金プラン	－(定額のみ)	✓
決済手段	－(クレジットカードのみ)	✓
連携システムの有無と対象(次頁参照)	－	✓
申込サイトの必要性	－	✓
MyPageサイトの必要性	－	✓
移行データの有無	－	✓
想定スケジュール	✓	✓
その他特別要件の有無と内容	－	✓



# 【参考】連携対象システム候補



システムインテグレーション（SI）に強みを有するエヌアイディによる導入支援が可能

## サブスクONE インテグレーションパートナー



サブスクONEが長所とするシステム設計の柔軟性と、**エヌアイディのSIノウハウ、安定した保守・サポート**の組み合わせにより、本サービスを利用する事業者様は、サブスク管理業務の効率化を図り、**サブスクビジネスのコア業務に専念**することが可能

会社名	株式会社エヌアイディ
設立	1967年（昭和42年）5月
従業員数	[連結]1,581名 [単体]1,056名（21年4月1日）
資本金	6億53百万円
株式上場	東証JASDAQスタンダード(2349)
事業概要	・システム開発 ・システムマネジメント
URL	<a href="https://www.nid.co.jp">https://www.nid.co.jp</a>

## 7. 会社概要

- 社名 株式会社サジェスタム
- 所在地 東京都千代田区霞が関3-2-5 霞が関ビル25階
- 事業内容 IT/サブスクリプション・ソリューション  
MVNE、IoTサポート  
電気通信事業（総務省届出 A-22-11613、約30万回線）
- 主要株主 株式会社エヌアイデイ（JASDAQ2349）
- 主要取引先 KDDI株式会社、ソフトバンク株式会社、楽天モバイル株式会社  
ダイハツ工業株式会社、丸紅ネットワークソリューションズ株式会社、  
丸紅テレコム株式会社、株式会社ティーガイアなど
- 法律顧問 西村あさひ法律事務所

