

Interbrand

報道資料

2019年2月13日

Interbrand

InterbrandとZuoraが、サブスクリプション型ビジネスモデル領域において提携

世界最大のブランディング会社であるInterbrand（本社：ニューヨーク州、CEO：Charles Trevail）は、サブスクリプション管理プラットフォームを世界でリードするZuora（本社：カリフォルニア州、CEO：Tien Tzuo）と戦略的パートナーシップを締結しました。両社は、ブランディングとテクノロジー戦略の連動を通じて、顧客企業のサブスクリプション型ビジネスモデルへの転換とビジネス成長を支援します。



InterbrandとZuoraは共同で、企業が新たにサブスクリプション型のビジネスやサービスを立ち上げる支援を行います。Interbrandは、サービスのデジタル化シフトや収益化戦略を必要としている顧客企業に対して、ポジショニングやストーリー、メッセージ開発などのブランディングに加えて、Zuoraと共同で、サブスクリプション型サービスの受注から売上までの全てのプロセスを自動管理できるようサポートします。InterbrandとZuoraは、サブスクリプション型サービスの価格設定、パッケージモデルの採用、サービス利用者とのコミュニケーション支援などを行うことで、顧客企業におけるサービス利用者のインサイトと新たな収益源の獲得、競争優位性とブランド価値の向上を見出すことができると考えています。

InterbrandのCEOであるCharles Trevail（チャールズ・トレヴェイル）は、「サブスクリプション型ビジネスモデルにシフトしている企業は、自分たちのビジネス、ブランド、技術戦略を一貫させたバリュープロポジションを必要としている。サブスクリプション管理プラットフォームのマーケットリーダーであるZuoraとのパートナーシップを通じて、サブスクリプション型ビジネスモデルとブランド体験の相乗効果に大きな影響を与えることができるだろう」とコメントしています。

Interbrandは、サブスクリプション型ビジネスモデルへの転換を評価・検討しているグローバル企業 約1000社を顧客としています。Interbrandが2018年10月に発表したブランド価値ランキング「Best Global Brands 2018」では、Top100の企業のサブスクリプション型ビジネスの割合は、2009年の18%に対して、29%と拡大しました。強いブランドとして新たな収益の流れを創り出すためには、サブスクリプション型ビジネスモデルへの抜本的な変革、顧客中心主義に基づいた分析とビジネス戦略、ブランド主導の商品・サービス展開、そして、創造的なクリエイティブ表現によるブランド体験などを組み合わせた「Activating Brave 挑戦するブランド」の実行が重要であると、Interbrandは考えています。

Interbrand

ZuoraのCEOであり、創業者のTien Tzuo（ティエン・ツォ）は、「あらゆる業界の、数多くの企業が、ビジネス収入源の未来はサブスクリプションにあると気づいている。しかしながら、サブスクリプション型ビジネスの実現は、顧客との継続的な関係が全てであるため、ビジネス戦略から技術戦略、ブランド戦略に至るまで、全てを根本から考え直す必要がある。今回、Interbrandと協業することで、Zuoraの専門知識がグローバルなブランド力を持つ企業の成長につながることを楽しみにしている」とコメントしています。

Zuoraでは、世界規模のブランドにとって、サブスクリプション型モデルは、顧客との長期的関係を築くことを可能にする、未開発のビジネスチャンスであると考えています。Zuoraが調査・分析して発表している「Subscription Economy Index™」では、サブスクリプション収益の成長率は2012年から毎年、加速しています。今後さらなる拡大に向けて、Zuoraは、過去10年間のベストプラクティスに基づいて確立したテクノロジープラットフォームで、あらゆる業界の1000社以上の顧客企業に対して、サブスクリプション型ビジネスモデルへの転換を支援していきます。

ポッドキャスト「C Space Outside」で、Charles TrevailとTien Tzuoの対談をご視聴いただけます。

<https://cspace.com/podcast/tien-tzuo-zuora-ceo-the-subscription-economy/>

Interbrand

Zuoraについて

Zuora®は、あらゆる業界向けのサブスクリプション・ビジネスにおける収益向上を支援するプラットフォームを提供しています。従来のプロダクト販売のビジネスモデルからサブスクリプション型のビジネスモデル（ストック型ビジネス）へのビジネスモデル変革の支援を行い、サブスクリプション・ビジネスにおける新規顧客獲得、既存顧客へのアップセル・クロスセルの強化、解約率の削減による収益向上と業務の効率化を実現します。また、従来のERPやCRM、販売管理等のシステムでは対応できない、サブスクリプション・ビジネスのプライシング、見積、Web販売、契約管理、請求・回収、売上集計、レポート・分析を、一気通貫のサービスで支援します。Zuoraは、コマツ、NEC、ゼネラルエレクトリック、シュナイダーエレクトリック、キャタピラー、ハネウェル、NCR、フォード・モーター、ゼネラルモーターズ、Box、freee、チームスピリット、弥生、Zendesk、など、世界中の1,000社以上の企業にサービスを提供しています。シリコンバレーに本社を置き、アトランタ、ボストン、デンバー、サンフランシスコ、ロンドン、パリ、ミュンヘン、北京、シドニー、チェンナイ、東京にオフィスを展開しています。Zuoraのプラットフォームの詳細は、ウェブサイト< <https://jp.zuora.com/> >をご覧ください。

インターブランドについて

インターブランドは、1974年にロンドンで設立された、世界最大のブランディング専門会社です。インターブランドは、ブランドをLiving business asset（常に変化する事業資産）と定義し、組織が明確な戦略を持ち、優れた顧客体験を提供する時、成長がもたらされると考えています。世界14カ国、18のオフィスを拠点に、戦略、クリエイティブ、テクノロジーの組み合わせにより、クライアントのブランドとビジネス双方の成長を促進する支援を行っています。

インターブランドの「Brand Valuation(ブランド価値評価)」は、ISOにより世界で最初にブランドの金銭的価値測定における世界標準として認められました。インターブランドは、グローバルブランドの価値を評価したブランドランキングである Best Global Brandsをはじめとする各種ブランド価値・ブランド強度分析レポートを公表しています。インターブランドでは、先端的な手法を用いる戦略分析チームと高い芸術性を持つクリエイティブチームが一つのチームとなり、プロジェクトを推進します。ブランド価値評価・ブランド戦略構築をリードする戦略コンサルタント、ブランドロゴ・パッケージ・空間・デジタルデザインを開発するデザイナー、ネーミング・スローガン・メッセージを開発するコピーライターなどが在籍し、分析から実行、全ての流れを自社のリソースで完結します。

インターブランドジャパンは、ロンドン、ニューヨークに次ぐ、インターブランド第3の拠点として、1983年に東京で設立されました。日系企業、外資系企業、政府・官公庁など様々な組織・団体に対し、トータルなブランディングサービスを提供しています。インターブランドについての詳しい情報は <https://www.interbrandjapan.com> をご覧ください。

お問い合わせ

株式会社インターブランドジャパン 担当：中村正道、山室元史、齋藤麻菜美
Tel: 03-5448-1200 Fax: 03-5448-1052 e-mail: ibj-pr@interbrand.com