



サブスクビジネスをはじめたい 知っておくべきポイントを解説

サブスクリプションビジネスの 重要評価指標

中小企業活力向上オンラインセミナー 戦略・経営者分野

中小企業活力向上プロジェクトアドバンス実行委員会事務局



MRR/ARR(Monthly/Annual Recurring Revenue)

月間(年間)経常収益 - サブスクリプションサービスから得られる月次の定常収益

基本計算式

MRR = 全有料会員の月額料金合計
(ARRは12倍)

例:

月額1万円プラン100名
+
月額5千円プラン200名
=
MRR 200万円

MRRの主な活用法

月次MRR成長率
前月比の成長率を追跡

MRRチャーン率
解約による収益減少率

NRR(ネットレベニューリテンション)
既存顧客からの収益維持・拡大率



ARPU/ARPA(Average Revenue Per User/Account)

顧客一人または一契約あたりの平均売上額

基本計算式

$$\text{ARPU/ARPA} = \frac{\text{総売上}}{\text{アクティブ顧客数}}$$

ARPU:
ユーザー単位での平均売上

ARPA:
アカウント(契約)単位での平均売上

計算例

50万円	÷	500名	=	10,000円
総売上		顧客数		ARPU

ARPU/ARPAの主な活用方法

プラン別分析
複数プランの平均単価比較

収益予測
顧客数 × ARPU = 予想収益



LTV(Life Time Value)

顧客生涯価値 - 1人の顧客が契約から解約までにもたらす利益の総額

基本計算式

$$\text{LTV} = \text{ARPU(ARPA)} \div \text{月次解約率}$$

※ARPU(ARPA)は、
粗利ベースの値を利用することも

具体例

$$10,000\text{円} \div 4\% = 250,000\text{円}$$

ARPU	解約率	LTV
10,000円	4%	250,000円

LTVの主な活用方法

投資判断

LTVがCAC(顧客獲得コスト)を上回る限り、収益性がある

収益予測

顧客数 × LTVで将来収益を予測



CAC(Customer Acquisition Cost)

顧客獲得コスト - 新規顧客1人を獲得するために投下した販売コストの総計

基本計算式

$$\text{CAC} = \frac{\text{新規獲得にかかった総費用}}{\text{獲得顧客数}}$$

含まれる費用項目

Ad 広告費

営業・マーケティング人件費

イベント・展示会費用

マーケティングツール費用

🕒 CAC回収期間 (CAC Payback Period)

$$\text{CAC回収期間} = \frac{\text{CAC}}{\text{顧客月間売上高}}$$

理想的な回収期間:12ヶ月
許容範囲:18ヶ月

※CAC回収期間を、
粗利で考える考え方もあります。



チャーンレート(Churn Rate)

解約率 - 顧客が一定期間内に離脱・解約する割合を示す指標

基本計算式

$$\frac{\text{期間中の解約顧客数}}{\text{期間開始時点の顧客数}} \times 100$$

チャーンの種類

カスタマーチャーン
解約した顧客数ベースの計算

グロスレベニューチャーン
解約による売上減少額

ネットレベニューチャーン
アップセル込みの正味売上減少額

改善戦略

定着化(オンボーディング)の強化
初期利用体験の継続的な改善

カスタマーサクセス
継続的な価値提供とサポート

商品・サービスの改善
お客様からのフィードバックに基づく
商品・サービスの改善

リテンション施策
解約予兆の検知や予防的なアプローチ



チャーンレート管理の重要性とネガティブチャーン

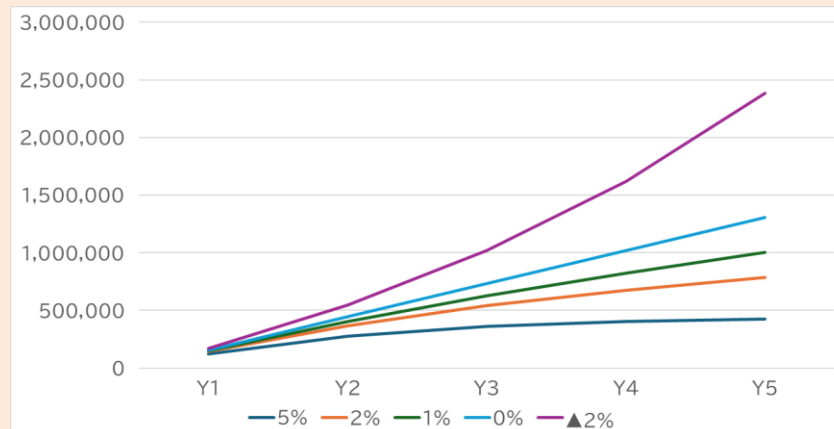
ネガティブチャーンの定義

ネットレベニューチャーンレートが
マイナスとなっていること

既存顧客からの収益増加が、
解約による収益減少を上回っている
状況を指す。

マイナスであるほど
安定した顧客基盤を築けている

チャーンレート別成長シミュレーション



例: 毎月2,000円の売上を積み上げる
1年後以降:
チャーンが5%、2%、1%、0%とネガ
ティブチャーンが2%
時間の経過とともに、収益性に大差が



④ ユニットエコノミクス(Unit Economics)

LTVとCACの比率による1顧客あたり単位での事業採算性評価指標

④ 基本計算式

$$\text{ユニットエコノミクス} = \text{LTV} \div \text{CAC}$$

意味: 1単位獲得にかけた
投資に対する生涯利益の倍率

CACの目安 $\text{LTV}/\text{CAC} > 3$ 以上が優秀
逆に LTV/CAC が1を下回ると
獲得費用を回収できず赤字に
計算例

$$\begin{array}{ccc} 150,000\text{円} & \div & 50,000\text{円} = 3.0 \\ \text{LTV} & & \text{CAC} \end{array}$$

ユニットエコノミクスの改善に向けて

LTV向上
ARPU増加・チャーン率低減

CAC削減
マーケティング効率化・CV率向上

バランス最適化
 $\text{LTV}/\text{CAC} \geq 3$ かつ回収期間 ≤ 12 ヶ月

継続モニタリング
月次での指標追跡と改善PDCA



スプレッドシートなどで管理シートを作成し管理されることをおすすめします。
概要欄から雛形をダウンロードできますので、適宜改変しご利用ください。

日付	当月新規契約数	前月有効契約数	解約数	当月有効契約数	月次純収益	CAC	ARPU	MRR	ARR	チャーンレート	LTV	ユニットエコノミクス
2025年7月	100	1,000	20	1,080	1,620,000	30,000	1,500	1,620,000	19,440,000	1.96%	76,500	2.55
2025年8月	110	1,080	15	1,175	1,762,500	30,000	1,500	1,762,500	21,150,000	1.37%	109,500	3.65
2025年9月	120	1,175	31	1,264	1,896,000	30,000	1,500	1,896,000	22,752,000	2.57%	58,355	1.95
2025年10月	130	1,264	18	1,376	2,064,000	30,000	1,500	2,064,000	24,768,000	1.40%	106,833	3.56





専門家とともに評価指標の設計・改善に取り組む

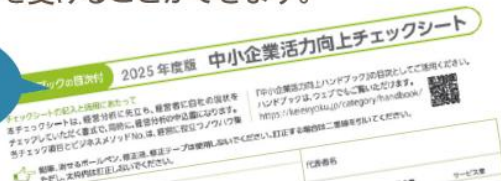
経営分析と実行支援のサポートを受けられます

経営分析 [現状チェック・アドバイス]

- 従業員数別に3パターンでチェックできる「中小企業活力向上チェックシート」を使い、貴社の現状をチェックできます。
- 無料で中小企業診断士から客観的なアドバイスを受けることができます。



まずは経営の現状をきちんと把握することが重要です。



実行支援 [課題解決]

- 貴社に役立つ中小企業支援施策がわかります。
- 商工会・商工会議所から継続的なサポートを受けられます。

分析結果をもとに業績アップにつながる経営手法を実践しましょう！



支援策

貴社の
強み

貴社の
課題