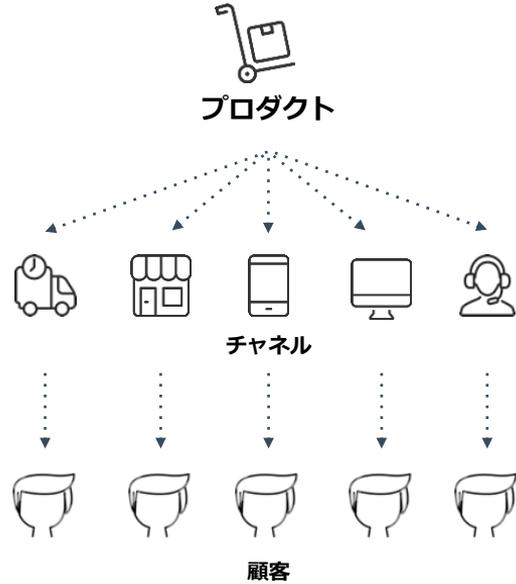


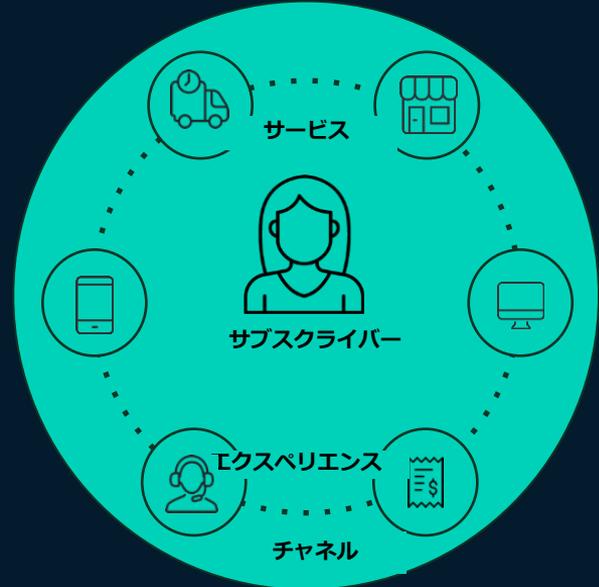
従来のプロダクト販売モデル



一回毎に購入するモデル

1ユニット当たりの利益により成長
売上は製品の売れ行きに影響される

サブスクリプションモデル



継続的に価値を提供

顧客のライフサイクルを通じて成長
売上は顧客の利用状況に影響される