

日本初の知財流通専門マガジン

COLLABO

知をコラボレートする

コラボビジネス情報 企業支援情報満載

コラボジャパン

JAPAN

創刊号特別対談

リチャード・クー×前野 徹
「日本経済再生のキは
ブランド力にあり!」

創刊号総力特集

日本の知財戦略を徹底検証
「加速する日本の知財戦略」ほか

No.1 2005 Spring
創刊号

知
軸

をつかまえろ!



知財ビジネスを活性化! 特許流通情報を一挙掲載

株式会社サイモンズ

株式会社サイモンズは業種横断型の独自ポイントカードシステムを展開するベンチャー企業。事業の核となるのは2つのビジネスモデル特許だ。同社は、この特許を他社から専用実施権を受け、事業をスタート。

新しいポイントカード社会の創生を目指した同社の、事業化までの道程を追ってみた。

今や様々な店舗やサービスでポイントカードが利用されている。日本航空や全日空などの航空会社はマイレージシステム、ビックカメラやヨドバシカメラの家電量販店はポイント還元システム、近所のスーパーマーケットや居酒屋などはスタンブ式のポイントカードを発行など、日本の企業は国家予算級のポイントをばら撒いているといえる。

ところが、そんなポイントを誰もがきっちり使い切っているかというと、それはあり得ない話。一度も使用されないポイントカードが大半を占めているといっても良い。

「そうなんですよ。結局、ポイントが余ってしまう。お客様にとつてみたらとても無駄」

株式会社サイモンズ（以下、サイモンズ）の代表取締役・齊川 満氏が領

きながら答える。

齊川氏が牽引するサイモンズは、独自のポイントカードシステムの普及を目指し、二〇〇二年十二月に設立されたベンチャー企業。その事業内容の目指すところは「ポイントカードシステムを介した提携企業との共生ネットワークの構築」だ。ひとつの店舗、ひとつのチェーン店だけでなく、異業種間を横断できるポイントカードシステムが最大の特徴だ。

日本航空時代に描いた夢のシステム



「異業種間でもポイントカードが利用できる」。簡単に言うと、近所のスーパーマーケットで買った物に時についたポイントが駅前の居酒屋でも使えてしまうということ。さらに、



このシステムが普及すれば、北海道の居酒屋で加算されたポイントが東京の本屋で利用することだって可能だ。「マイルN E T」の発展性を考えた時に浮かんだアイデア。齊川氏はこのように語る。もともと齊川氏は、日本航空でマイルN E Tを作り上げた仕掛け人。飲食店やホテルなどで買物すればマイルがたまる仕組みを一九九七年にスタートさせた。その後、ネットショッピングによるマイルN E Tの拡大をはかるため二〇〇〇年に設立された「e・マイルネット」（日本航空と三菱商事の出資）で陣頭指揮を執る。

「マイルN E Tは大成功でした。日本航空にとっては顧客マーケティングの強化につながるし、店舗側はJALブランドを導入し、問子やDMで紹介してもらえます。しかし、『1対n』の構造であることには変わりないわけです。私は『n対n』の新しいポイントカードシステムを作りたかったんです」（齊川氏）

マイルN E TはJALを軸元にして加盟企業が連なる構造。マイルに変換できるが、飲食店やホテルの間でポイントを利用するコミュニティは生まれません。すべての加盟店がJALへ一本線で繋がっているだけの仕組みだ。対して齊川氏の言う「n対

n」の構造は、加盟店ならばどの店舗でも利用できるポイントシステムのこと（図1）。今まで無かった異業種企業間のポイント交流を生み出すとした。サイモンズはそんな独自のポイントシステムを実現するために設立された。

占有実施権を取得して、事業が動き始める



現在では減少しているというが、数年前までは日本はビジネスモデル特許の出願ブームに沸いていた。齊川氏の描くポイントカード事業も、このビジネスモデル特許が不可欠だった。それは、ポイントの集計と管理を行うシステム。異業種間でポイントのやり取りを行うためには、どうしてもネットワークを利用した集計・管理システムが必要になる。しかし、自社で開発を進めれば事業は足踏みし、他社に先行される恐れもある。

「実はポイント集計・管理システムのビジネスモデル特許があることを二〇〇一年に初めて知ったんです。そこで、その特許権者に私の考えているビジョンを理解してもらい、専売実施権を取得することができました」（齊川氏）

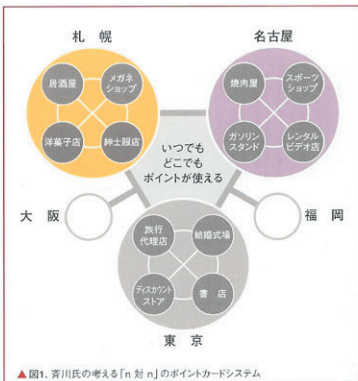
特許のひとつは、『ポイント集計



Mitsuru Saikawa

Company Profile

社名 / 株式会社サイモンズ
設立 / 2002年12月25日
所在地 / 東京都中央区
URL / www.symons.co.jp
事業内容 / ポイントカードネットワークの運営



▲図1. 齊川氏の考える「n対n」のポイントカードシステム

システム」(特許番号:2965518号)。ポイントカード会員が加盟店などで買い物をした際に、購入金額に応じた獲得ポイントのひとつのセンターで集計するシステムだ。従来は、専用のポイントシステムを構築する必要があるため膨大なコストが掛かってきたが、このシステムならば既存のネットワークを利用できるため構築が短期間かつ低コストで済む。

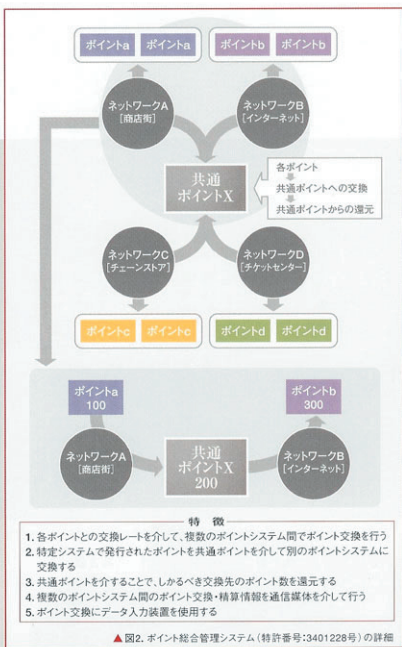
もうひとつは、「ポイント総合管理システム」(特許番号:3401228号)。こちらは、異なる企業が運営するポイントを総合的に管理できるシステム。つまり、各企業が独自に発行しているポイントを通じたポイントとして相互交換することが可能になる(図2)。

特に、サイモンズが目指すポイントカード事業に不可欠だったのは後者の技術。斉川氏も「このシステムが使えるのはサイモンズだけ。本当に斬新なシステム」と胸を張る。

始動する「サイモンズ・ポイントカードサービス」

二〇〇四年六月、札幌地区から「サイモンズ・ポイントカードサービス」はスタートを切った。加盟店は小売

この二つの特許の発明者は、現在、株式会社コネット代表取締役である茂呂順一氏。茂呂氏は、その後サイモンズの会長の座に就き、斉川氏と共にポイント事業の拡大に東奔西走している。



一方、店舗側のシステム導入コストはカードリーダーのレンタル代のみ。その他、システム維持費用として売上百円につき二%をサイモンズに支払うことになっている。

さらに、このサービスは顧客分析

機能をASP（アプリケーション・サービス・プロバイダ）方式で利用できる。購入金額の多い得意客の抽出などが容易なため、店舗側はより効果的なキャンペーンを展開することができるといえる。

「従来、ポイントの管理は店舗の大きな負担となっていました。私たちのサービスに加入してもらえば、煩わしい管理作業は不要です。また、せっかく発行しても使ってもらえないのがポイントカードシステムの常識でした。自社系列だけでなく、異業種間でポイントが使えれば、ポイント利用が活性化されるし、顧客の購買パターンを分析して、新たな販促活動に繋げることが出来ます」（斉川氏）

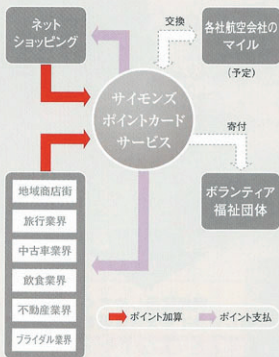
デフレ不況を脱しきれない日本経済にあつて、企業はいかにサービスの付加価値を高めるか模索している。「サイモンズ・ポイントカードサービス」は、その効果が十分ありそうである。「画期的なポイントシステムの特許をもっと認知してもらい、多くの企業に参加してもらいたい」と意気込む斉川氏。導入を検討するNPO団体もあらわれ、地域活性化の切り札として期待されている。

ポイントプログラムの 落とし穴

ユニクロ、ファーストキッチン、すかいらーく……。これらはポイントカードの発行を中止した企業達。なぜ、ポイントカードサービスを諦めることになったのだろうか。

そもそも、ポイントカードはポイントにお金と同等の価値を持たせている。ポイントの還元率などは、各企業のさじ加減にもよるが、共通しているのは「ポイントには債務」である点だ。

企業の多くはポイントの原資を費用として計上しなくてはならない。そのうえ、たまったポイント償却も企業にとって大きな負担となる。ポイント発行時に引当



▲図3. ポイントカードシステムのビジネスモデル

COLUMN

全処理をしていない企業などは、ポイント交換時に損失処理を行う。そのため、顧客が一斉にポイント交換を求めてきたときは体力的に続かなくなってしまう。特にネット企業や中小企業にとっては、ポイント発行が経営の屋台骨を揺るがす事態にもなりかねない。

「サイモンズがこのような問題をすべてクリアにする」という斉川氏。発行されたポイントはサイモンズが引き受けるため引当全処理が不要となる。さらに、他社を含めた広い範囲でポイントを共通化できるため円滑なポイント償却が期待できる。従来とはまったく異なる視点からポイント戦略を見つめ直すことができる仕組みとなっている。