



あなたの会社のファン

個人株主が会社を支える



●人間力対談

マネー経済からパワーポリティクスの時代へ
時事評論家 増田 俊男氏

●百年企業を創る 佐藤 芳直

利他の精神こそ企業にとっての誇り

●小山政彦の入小求山

経営は教育である

●第一線のコンサルタントによるレポート

戦い方 | 新しいコトバ | 豊かさの創造 | 人を活かす



FUNAI

ウェブ×マガジン・クロスメディア

コンサルティング レビュー

実践 稼ぐ企業体質づくり

by 横尾 紀雄

早稲田大学社会科学部を卒業後、1987年船井総合研究所に入社。途中グループ会社のベンチャーキャピタルである船井キャピタルへ3年半出向し、自己の投資案件として5社（日本アジア投資、幸洋コーポレーション、夢見つけ隊、ワコム、アマナ）の公開企業を自ら手掛ける。現在、経営コンサルタントとして、顧客の経営支援を行う。



☐ マーケティング戦略

☐ 販売促進

■ 利益創出

☐ ISO

☐ 新ビジネスモデル

☐ アミューズメント

☐ 飲食

☐ 視察

☐ ヒューマンスキル

新時代のポイントカード登場②

先月に続き、ポイントカードのニュービジネスを紹介します。

本題に入る前に、今月号から初めて読む方のために、ポイントカードの現況について前月号のおさらいをしたいと思います。

「近年のポイントカード隆盛は、

- ① ポイントがICカードを使った電子マネーとして変換され、それを保管し運ぶブロードバンド環境などIT技術の進化と普及による情報インフラが整いつつある。
 - ② 大手航空会社がマイレージを発行し、さらに提携した流通業者、サービス業者など発行者側が新しい取り組みを始めたこと（ポイントカード連合）。
 - ③ 利用者（消費者）が電子マネーによる新しいポイントカードを認知し、利便性や価値を支持したこと。
 - ④ 上記①～③において、ポイントカードが発行者（事業者）と利用者（消費者）双方にメリットをもたらすIT時代のワン・ツウ・ワンマーケティングの強力な活用ツールとなること。
- などが、巧みに絡み合っているようです」（先月号の原稿より）

今月はさらに深く掘り下げ、最新のポイントの仕組みを事例紹介いたします。

ポイントカードのASPサービス、サイモンズポイントカード

株式会社サイモンズ（東京、斉川 満社長、電話03-5255-3741）では異業種提携ポイントカードASPサービス（インターネット経由でデータ通信を行うサービス）を行い、注目を集めています。

斉川社長は、もともと大手航空会社のマイレージサービスの仕組みの普及に携わった方です。

ITビジネスの多くが、自分たちの開発した技術を事業ベースに応用しようと

しますが、サイモンズ社は、斉川社長が前職での経験を活かし、関わる人にとってより使い勝手の良いポイントカードの仕組みを追求した結果、現在の事業を立ち上げているので、きわめて完成度の高いものとなっております。

サイモンズ社のポイントカードの骨子は、

1. 様々な店舗で貯まる・使える付加価値の高く、廉価なポイントの提供

- ・ 誰でも参加でき、様々な業種の企業（大・中小・ベンチャー企業）参加が可能となる。
- ・ 1店舗当たりのコスト負担が軽減される。（1店舗当たり数千円の見積もり予算）
- ・ システム投資は基本的になし。（ASPとしてサイモンズのシステムを利用）
- ・ 支払い手段を問わず（現金でも、クレジットカードでも可）にポイント加算されるため、貯まるスピードが加速される。
- ・ 貯めたポイントで支払いができるため、通貨的な利用が可能となる。
- ・ 全国展開のポイントプログラム（個別あるいは地域限定ポイントプログラムとの大きな相違）として普及しつつある。

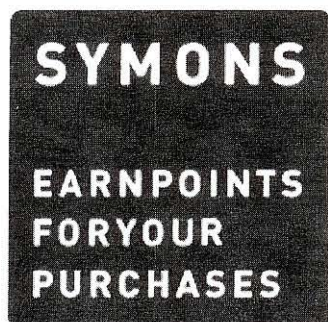
2. 異業種の企業同士の提携を介して、お客様（消費者）の還流増

- ・ 様々な企業提携に基づくネットワークを介して、相互にポイント会員の交流が可能となる（相互の会員紹介で、新規会員獲得コストや宣伝・告知費用の削減が図れる）。
- ・ 提携ポイントカード自体のブランド力を上げることができる。

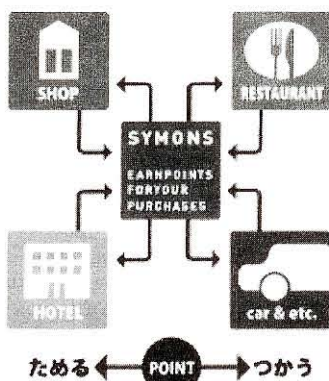
3. ポイント実績に基づく新顧客管理プログラムの構築



<http://www.e271.co.jp> の「スペシャリストを探す」のフリーワード検索から「横尾」と入力していただければ、近日のセミナー情報などをご確認いただけます。



このステッカーが貼ってある加盟店で
ポイントサービスが受けられます



- ・自店の顧客データベースマーケティングを展開できる。
- ・自社顧客情報の検索・利用が簡単にできる。

4. ポイント集計システムのビジネス特許を保持

- ・ITビジネスの基盤となるビジネスモデル特許を保持している。これにより事業を、圧倒的優位性をもって進めることができる。
- ・特許番号 第2965518号
名称 ポイント集計システム
(会員が加盟店を利用した場合、売上に応じて会員が獲得するポイントを1つのセンターに集計するシステム)
- ・特許番号 第3401228号
名称 ポイント総合管理システム
(異なる企業が運営するポイントを総合的に管理する総合管理システム)

5. 共生ネットワークの展開により、社会貢献・地域貢献が可能

- ・余ったポイントを社会貢献や地域貢献に還元することが可能となり、公共性を高めることができる。

サイモンズポイントカードが優れている理由

前述のように、大手航空会社のマイレージの業務に携わっていた齊川社長は従来のポイントカードの問題点を下記のように痛感されていました。

1). お客様（消費者）側

- ① ポイント事業体毎にポイントカードを所持しなくてはならない上、ポイントがたまるスピードが遅く、特典交換にまで至らない場合が多い。
- ② 複数のポイントカードを持ったり、シールを集めたりしなければならず、大変不便で効率的ではない。(1人平均8~10枚のポイントカードを保持しているとの統計あり)
- ③ 特典に魅力あるものが少ない、ほしいと思う商品と交換できない。

2). ポイント発行の企業側

- ① 個別にポイントシステムを開発しなければならず、構築と維持に多大な投資が必要である。
- ② ポイント原資には限りがあり、多大なポイントの発行ができない、結果としてお客様一人一人にたくさんのポイントはたまらず、効果的な販促策になら

ない。

- ③ 競合他社とのポイント合戦に至り、収益をひっ迫する場合がある。
- ④ ポイントの発行だけで、顧客データベースを分析し活用する、ワン・トゥ・ワンマーケティングの強力な活用ツールとなっていない。

これらの諸問題を一気に解決でき、どの方面からも魅力をもった、ウイン・ウインのポイントカードとして、サイモンズが仕組みを構築しているのは上記の骨子の通りです。

サイモンズの実績として、北海道・関東・中部の大企業、中小企業を中心にポイントカードのASPサービスが始まっております。

業種は多彩で、中にはタクシー会社が加入した地域もあるそうです。そこではお客様（消費者）はタクシーに乗るだけで、ポイントがたまり、そのポイントで欲しい買い物をする、レジャーや趣味に使うといったことがあるそうです。

また、廉価で自社デザインのポイントカードを発行できるのもメリットの一つです。サイモンズのロゴがカードのデザインの一部に刷り込まれており、お客様（消費者）は、そのロゴさえ認知すれば、ポイントの恩恵を受けることができます。

ポイントカードは発行事業体の会計処理上の問題など、日本経済レベルでの課題もありますが、お客様（消費者）にとって、サイモンズポイントカードのように、より良いものに進化していくことは間違いありません。