



大学を卒業と同時に日本航空へ就職。営業企画業務を中心に活躍し、平成9年秋に「JALマレージ」の異業種間提携を手がける。飛行機に乗るだけではなく、提携する百貨店などで買い物をする、JAL・イオンが貯まるという仕組み。他家種から顧客を呼び込めるシステムなどとして、全国から注目を集めた。12年に日本航空と三菱商事が共同出資による「e-メールネット」の社長に就任。平成15年7月に日本航空を退社し、株式会社サイモンズ理事長の茂呂順一氏と会社を設立した。

[illegible]

TEL 026-234-1120 FAX 026-238-3023

は、すべてサイモンが社会活動へ寄与している。17歳未満は約70万回、18歳以上は約70万回、NPNPOやボランティア団体でボランティア。今年1月1000万円を超え、額を寄付する見通しだ。

齊川氏は「そもそも、このシステムの最大の利点は、何干円無にも、必ずしも無駄に消費するわけではない。持っているポイントを使っているポイントを

[illegible]

体的な費用は手紙に示すとおり。

齊川社長は「従来のポストカードによる厳しい値引きビジネスをいっしょに一時に自社の売り上げに伸ばすことができて、やがては差別化も均一化する。其例れの可能性がある。競争の時代から

システム利用料金

- 初期加盟料金：無料
- ポストカード作成費：1枚200円（1,000枚）
- カード本体作成費、データ入力費及び申込みを含む
- 利用料金：基本的にはポイント付与の10％
- 特設営業料：ポイント付与対象金額の2％
- 企業規模、業種、業種等により、変動あり
- 基本利用料金：毎月2500円（クレジットカードのシステム利用料）
- システム利用料：1000円/月7500円（自前集積データ専用マシンで利用したメールアドレスをできる機能など、利用内容で料金が他、回収使用料など）

[illegible]

用実績データをオンラインで利用したり、顧客へ直接メール配信できる機能など、利用内容で料金が異なる。
(その他、回線使用料など)

共生の代にすること
が求められる」と語る。
これまで、郊外大型
店などに完敗していた
商店街や中小企業、個
人企業も、このシステ
ムなら、大手と肩を並
べることができる。

ならば、地域で種
だお金を都会で落と
ていたこれまでの経
活動を逆流させ、都
で貯めた「ポイント
お金」を地域の商店
に落とさせたいも
だ。

財務の上昇するケースが多くなり、債務の圧迫要因にもなりかねないとの指摘も出ている。

加えて、ポイントを管理するシステム、維持管理費も経営に多大な負担がかかる。大手企業ならシステム開発だけで数億円、維持管理には少なくとも1000万円かかるの見方。

さらに、企業間競争が繰り広げられる過剰なポイントサービスは、各社と顧客データを掌握できない状況に陥っている。企業によっては、ポイントを提携企業間で交換できる仕組みを導入しており、こうした提携システムがくづいても回復しているため、知らないうちに、まったく関係のない企業のポイントが自社で使われている、というケースも生まれているのだ。

一体、何のためのポイントカードなのか。

[illegible]

サイモンズ
ポイントカード

商店街A

企業B

団体C

SIMONSEARNPOINTS
FORCOMPURCHASES

```

graph TD
    A[顧客、ポイント、顧客データベースの共有] --> B[ユーザの利便性が向上]
    B --> C[顧客が増える]
    B --> D[自分の店以外の消費パターンを把握]
    C --> E[One to Oneマーケティングが可能に]
    D --> E
    E --> F[低コストで、広い顧客層を商店街、企業へ誘導できる]
  
```

顧客、ポイント、顧客データベースの共有

ユーザの利便性が向上

顧客が増える

自分の店以外の消費パターンを把握

One to Oneマーケティングが可能に

低コストで、広い顧客層を商店街、企業へ誘導できる

業 界	年間発行額
クレジットカード (業界全体)	1458億円
携帯電話 (上位3社)	874億円
航空 (上位2社)	750億円
ガソリン (主要3社)	477億円
家電量販店 (上位10社)	306億円
総合スーパー (上位5社)	292億円
百貨店 (上位10社)	274億円
コンビニエンスストア (主要3社)	49億円
ドラッグストア (上位5社)	40億円
総額	4520億円

に役立てろ



※資料：野村総合研究所調べ