百貨店と4商店街組む

相模原「地域一体型ポイントシステム」

共通ポイントカードで来街人口を増やす（相模原市）

4月26日、相模原市の小田急電鉄相模大野駅前。駅周辺にある4つの商店街と伊勢丹相模原店の関係者が一堂に会し、「地域一体型ポイントシステム」のオープニングセレモニーが開かれた。

同システムに参加した店舗と伊勢丹相模原店で商品を購入した場合、原則として購入代金の100円につき1ポイントがたまり、ポイントは1ポイント1円として利用できる。一見、通常のポイントシステムと変わらないが、相模原での取り組みには2つの大きな特徴がある。

1つ目はたまったポイントは相模原店では利用できない点だ。さらにカードの発行費用なども相模原店が持つ。1ポイントあたり1円のポイントの原資のほか、購入代金の2%程度とされる発行手数料は相模原店の持ち出し。まずはカードを2万枚発行する計画なので、発行費用だけでも500万～600万円にのぼる。

伊勢丹が相模大野に進出して25年。周辺には若年層の定住人口も少なくないが、2006年度に320億円を超えていた相模原店の売上高は14年度には240億円にまで減少した。

「伊勢丹ブランド単独で集客するには限界がある」（同店営業統括部仁田正俊マネージャー）。ポイントを通じた集客に加え、利用履歴を通じて、消費行動の分析にもつながるとみる。

2つ目の特徴は、通常は期限切れのポイントはカードの発行体に入るが、失効ポイントは地元商店街に寄付される点だ。「子供を託児所に預ける際の費用の助成などを検討したい」（相模大野駅周辺商店会連合会）

システム構築を支援したサイモンズ（東京・中央）の斉川満社長によると「地域商店街と大手百貨店のポイントでの共生モデルは日本で初めての取り組み」という。

日経MJ
6月19日(金曜日)