

Monthly

この街と生きていく。

毎月1回10日発行/昭和26年10月24日 第三種郵便物認可
平成24年2月10日発行/第66巻第2号 ISSN 1343-5280

Face to Face

2
2012
February



信用金庫

特集 若年層を取り込む

協同組合憲章の制定と意義 ● 富沢賢治

2012国際協同組合年キックオフイベント

「協同組合がよりよい社会を築きます」フォーラム開催!!

私の経営理念・経営方針 ● 西脇史雄(大垣)

● 四元正弘 ● 横浜 ● 唐津 ● 鹿児島相互

シリーズ 地域社会の持続的発展に向けて⑥ ● 齊川 満

東日本大震災からの水産復興の現状 ● 濱田武士

「BCP」の必要性(前編) ● 市川啓一

地域活性化しんきん運動推進事例⑤ ● 蒲郡



全国共通ポイントカードで 地域を元気に！

～消費者・商店・地域が
Win=Win=Winの仕組み～

株式会社サイモンズ 代表取締役社長

齊川 満

さいかわ みつる



地域が疲弊している。ここ10年で全国の商店街から店舗が3割減少した。さらにこれからは、税収の減少、グローバル化の浸透、TPPなどの影響も懸念される。都市部だけが繁栄して、地域が衰退する社会に未来はない。地域がしっかりその生活基盤を確立でき、都市部がそれなりに繁栄する経済的・社会的構造が本来の姿ではないか。今後の地域の繁栄に必要なのは「自立を補助できる資金環流システム」と地方物産を販売できる「顧客データベースの構築」だ。「共生」というキーワードのもと、地域と都市部の良好な関係性を作り上げること、この熾烈な環境下においても、「豊か」と思いやりのある持続的な地域社会」を築いていく必要がある。その一助として、ポイントカードをご提案したい。

1 ■ ポイントカードの失効ポイント を地域活性化に

単なるポイントカードが「地域の自立を補助する資金環流システム」につながるのかと疑問を持つ方も多いと思う。しかし、これは「ポイントはお金である」という認識に立てば理解していただけるのではないか。

ポイントは、航空会社のマイレージ、コンビニエンスストアや家電量販店、鉄道会社、商店街などリアルな企業・店舗だけでなく、インターネットの広告、ショッピング、ゲーム等を取り扱うネット企業・サイトでも発行され、その利用は消費者にも浸透している。野村総研の推

計によれば、10業種（航空業界、クレジットカード業界、家電量販店業界など）における大手企業（リアル系）だけでも年間で1兆円のポイントを発行しているとのこと。さらに驚かされるのが、そのうちの4割（約4千億円）のポイントが失効（有効期限切れで使えなくなる）しているということである。大企業だけに限定した数字なので、これに全国の中小企業や商店街で発行されているもの、さらに長年、累積されているポイント量を加味すれば、未使用のポイント残高は相当な金額になるはずである。

つまり、消費者がポイントの利用を放棄している額は、数兆円に及ぶ可能性が

あるということだ。この失効ポイントを全国規模で集め、それを地域活性化の活動原資にしたいと考えたのがサイモンズ・ポイントカードであり、その手段がサイモンズ・ポイントカードである。

■2■ サイモンズ・ポイントカードの仕組みと考え方

このビジネスモデルが成り立つためには、以下の3つの要素が必要である。

(1) 全国共通のポイントカードシステムであること

ほとんどのポイントカードは、発行した店舗だけ、あるいは店舗が所属する企業グループ内でしか使えないため、せっかく貯めたポイントもうまく使えない場合が多い。また、特に年配の男性客などには、ポイントなど端から気にもかけない顧客も多い。いづれにしても、1店舗や1企業だけの利用では限界があるうえ、顧客にとっては、店舗単位で発行されるポイントカードで財布の中が満杯という不便な状況が日常化している。

全国共通のポイントカードシステムがあれば、一店舗での発行ポイントは少なくても、すべての加盟店でポイントが集められ、利用もできるので、顧客にとっては大変便利で、「ポイントがなかなか

貯まらない」という従来の不満も解消できる。大企業、中小企業、商店街(商店)というあらゆる企業が参加でき、顧客も当該企業体を利用するお客さまだけでなく、地方自治体、NPO法人(社団法人)、スポーツ団体、大学、ボランティア団体の組織やその構成メンバーなども利用者として参加可能な仕組みとなる。

また、よくある「2千ポイントを集めれば、金券に替えて利用できる」「ポイント利用は1千ポイント単位で」という利用制限があるポイントカードではなく、1ポイントから利用できるポイントサービスにする必要がある(利用制限を設けるのは、店舗側が「失効ポイントを意図的に」作り出したいから。ポイントは発行しても、顧客が利用しなければ店舗側は得だと思ってしまう)。そうすれば、利用頻度が増え、顧客にとつては「お得なサービス」になる。

さらに、ネットショッピング(大手を含む約2千〜3千のWEBサイト)からも地域のポイントを得ることができれば、利便性は大いに高まる。顧客がネットショッピングをサイモンズのサイトを経由して行えば、当該ネットショッピングのポイントとは別にサイモンズのネットポイントも貯まることになる。大手企業のネットサイトから地域で利用できるポイントが獲得できれば、こんな楽しいこと

はない。つまり、全国共通ポイントサービスは、顧客に歓迎されるものとなる。

(2) 参加する店舗にもメリットがあること

店舗がポイントカードを導入する動機は、「顧客を囲い込みたい」「売上をあげたい」「新規顧客を増やしたい」「リピーターを増やしたい」などがある。また、導入するにもコストが廉価でなければ、中小企業、商店には敷居が高い。大企業が運営する共通ポイントカードサービスがあっても、それは大企業側の利益を優先しているため、商店街や地域の活性化などの目的にはそぐわず、導入コストも高額である。

そこで、各店舗の独自のポイントカードとして運営でき、自社顧客の利用実績が瞬時に把握でき、マーケティング施策にも利用可能な顧客データベースを提供し、さらにポイントの引当金処理問題を解決したポイントカードシステムが必要となる。それがクラウド(雲、ネットワーク)型ポイントシステムであり、これをインターネットでASP(アプリケーション・サービス・プロバイダ)として提供すれば、商店も気軽に参加できる。カードリーダーは通常のクレジットカード決済に使うCAT端末を活用するた

め、低コストでレンタルでき、導入しやすい。そのうえ、全国共通であるため、他企業、他地域ともポイント連携ができて、新規顧客の獲得も容易なサービスになる。さらに、ポイント交換として航空券、旅行券の購入にも充当でき、約1万2千品目のカタログ商品があるとなれば、付加価値はさらに増大する。

これにより、中小企業や店舗にとっても導入メリットがあるポイントカードになる。

(3) 失効ポイントを地域のために活用すること

前述のとおり、店舗がポイントを発行しても顧客が利用せず、有効期限を過ぎたいわゆる失効ポイントは全体の約4割にもものぼる。このポイントは今までブックボックス化^{*}しているが、共通サービスにすることにより、すべての店舗のポイントを一元的に管理でき、結果として失効ポイントの把握ができる。失効ポイントを地域に寄付することや社会貢献に活用したり、さらにこれを地域全体で取りまとめることができれば、地域活性化に必要な活動原資を自主的に得られるお金の還流モデルができることになる。この失効ポイントを地域社会で利用できることで、地域にメリットが生まれる。

※もともと引当金も当てていない商店では、そもそも失効ポイント自体がなかったり、全額引当をしていた企業では失効分は雑収入となったり、商店街では商店街の活動原資に使用するなど、さまざまな対応をしているのが実情で、統一された規制はない

*

*

前述したこれら3つの要素を組み込めば、ポイントカードシステムを介して消費者（顧客）、商店（企業）および地域（近隣社会）が共にWinWinWinの仕組みができることになる。通常のポイントカードシステムは、消費者と企業間という二者間での関係システムであるために、どうしても不安定にならざるを得ない。消費者は、よりポイントが貯まり、利用できるポイントサービスを求めるし、企業側もたくさんのポイントを出さなくては消費者にそっぽを向かれるという不安感から、過当競争に巻き込まれざるを得なくなる。結果として、悪循環を招く。

ところが、ここに「社会の利益」を加えることにより、三方よしの仕組みができあがる。昔からある「売り手よし、買い手よし、世間よし」の精神だ。現在において、この三方よしの仕組みを支えるのが「共生」の考え方である。過当競争、悪循環を防ぐのは、お互いを理解して、

信頼し合う「共生」の考え方がないのではなからうか。そこから、「たとえ多少高くても、信頼しているこの店から買う」とか「ポイントを使わず、その分を地域に寄付したい」という気持ちが出てくるような関係性をお互いに育てることである。

3 サイモンズ・ポイントカードの実例

このようなカードシステムが実際に機能するかということについては、弊社が事業を開始して7年半が経過し、カード利用顧客も全体で約80万人（平成23年末時点）まで拡大している。そして、過去の失効ポイント総額約3700万円を39団体（別表）に寄付している（今後寄付する失効ポイントも多数ある）。

具体的な事例としては、総務省との実証実験で「都心と田舎をつなげる2地域居住」を促進するポイントカード、網走地区の東京農大ポイントカード、宇都宮地区のこども育成基金（マロニエ基金）ポイントカード、札幌地区の中小企業連合「札幌GoGoCa」ポイントカードなどがあり、今までに約400種類にもわたるさまざまな企業、地域、大学、NPO法人などのカードを発行してきている。

以下に、最近加盟して作成した3つの

Sustainability Development

カードと北海道鷹栖町のカードを紹介する。

(1) 屋久島サポーターズカード
 (株)JTB法人東京とNPO法人日本エコツアーリズム協会の支援と協力のもと、平成23年11月から屋久島地域の活性化カードがスタートした。発行主体は屋久島

観光協会であり、屋久島内の土産店、ホテルなどで貯めて利用できる。もちろん、全国のサイモンズ加盟店でもポイントが貯まり、利用できる。そして、失効ポイントが発生した場合は、すべて屋久島地区の活性化支援の原資として活用することになる。

住民人口が1万3千人の屋久島に、年

別表 サイモンズ・ポイントカードによる失効ポイントの寄付先と金額

寄付先(発行主体など)	所在地	寄付金(円)
財団法人 日本盲導犬協会(昭和23年日本初の盲導犬協会)	東京都渋谷区	13,764,142
MERRIE MONARCH FESTIVAL(ハワイ)		4,256,500
NPO法人パートナーシップ・サポートセンター協会	名古屋市中種区	2,000,000
函館元気クラブ(地域活性化)	北海道函館市	1,333,413
一般財団法人地域活性化機構	東京都八王子市	1,300,500
財団法人 アイメイト協会(1957年日本初の盲導犬)	東京都練馬区	1,249,750
救命援助ボランティア機構 セントジョンアンビュランス ジャパン	東京都中央区	1,135,495
NPO法人 北海道野球協議会	北海道札幌市	1,000,000
NPO法人トラベルヘルパー協会	東京都渋谷区	1,000,000
帯広サイモンズ会(障がい者に車椅子を寄贈)	北海道帯広市	825,747
マロニエ基金(NPO法人 もうひとつの働き方ネットワーク)	栃木県宇都宮市	759,131
函館子ども歌舞伎後援会	北海道函館市	750,000
札幌市円山動物園(札幌グランドホテル)	北海道札幌市	730,416
千代田さくら基金(木々の保護)	東京都千代田区	500,000
さっぽろサイモンズ会	北海道札幌市	482,103
財団法人 全日本リトル野球協会 リトルシニア北海道連盟	北海道札幌市	400,000
NPO法人 札幌ボラリス(2008年9月2日解散・アイスホッケー)	北海道札幌市	400,000
*福島県 災害対策本部	福島県	350,000
*宮城県 災害対策本部	宮城県	350,000
*岩手県 災害義援金募集委員会	岩手県	350,000
国立大学法人 埼玉大学発展基金(旧地域貢献室)	埼玉県さいたま市	348,344
鷹栖町	北海道上川郡	306,549
財団法人 骨髄移植推進財団	東京都千代田区	300,000
NPO法人 北海道ベースボールクラブ(札幌ホーネッツ)	北海道札幌市	251,400
社会福祉法人 ほくてん 北海道字図書館	北海道帯広市	250,000
財団法人 森林文化協会	東京都中央区	250,000
札幌ボブスレー・スケルトン連盟	北海道北広島市	250,000
全国障害者福祉支援協会 北海道地区	北海道札幌市	250,000
国立大学法人 東京大学 総合研究博物館	東京都文京区	211,702
特定非営利活動法人国境なき医師団日本	東京都新宿区	210,512
社会福祉法人 日本聴導犬協会	長野県上伊那郡	200,000
旭川市旭山動物園(㈱プリコ)	北海道旭川市	198,902
NPO法人 MSキャビン	東京都荒川区	160,762
特定非営利活動法人 コーチ道	東京都品川区	104,750
NPO法人 VERSTA	東京都中央区	100,250
認定NPO マナーキッズ(R)プロジェクト	東京都杉並区	99,750
京都元気クラブ	京都市中央区	75,470
特定非営利活動法人 MSキャビン(難病患者支援)	東京都荒川区	69,812
いばらき さとやま生活	茨城県常陸太田市	43,626
合 計		36,619,026

*は、震災義援金。

ホームページより作成

(2) MORE TREESカード
 著名な音楽家である坂本龍一氏の呼びかけによってスタートした森林保全団体・一般社団法人MORE TREESが発行したポイントカード。間伐することにより森林の保全や育成を図ったり、間伐材を活用した割り箸の普及、さまざまな森林整備や森林保全等の取り組みを展開しているMORE TREESの活動原資に失効ポイントを活用しようと、平成23年11月24日からサービスがスタートした。



完全に活用するモデルを構築していくためである。

間約30万人の観光客が来島する。JTB法人東京と連携するのは、観光促進に伴ってポイントサービスを広げること、観光客の利便性の向上と観光客の善意による失効ポイント、屋久島の環境保



当初発行した千枚のカードは、MORE TREESが支援している森林の間伐材を削り、プラスチック板の両面に貼り付けたという世界で初めての木製カードで、カードリーダーにも通る画期的なものである。MORE TREES活動に賛同する店舗が、サイモンズ・ポイントサービスの提供を始めている。

(3) 三重県漁業協同組合連合会カード

漁師の方々の組合である三重県漁業協同組合連合会が、全国の県で初めてポイントカードを発行した。平成23年12月16日からのスタートであるが、弊社が考える導入意図は次のとおりである。

魚の販売価格決定者はほとんどの場合、流通業者であり、漁師は決められた価格で販売することになる。販売量のうち少しでも漁師が顧客に直売することができれば、漁師が価格決定者に成り得るうえ、収入増も期待できる（流通コストを削減することで漁師は魚を高く販売でき、顧客は魚を安く購入できる可能性も



め、使うことなく失効させたそのポイントを鷹栖町に寄付している。そして、鷹栖町は、その寄付により子どもが読む大型絵本を購入した。従来ではあり得なかった方式で、住民や

出てくる。

漁業に限らない。第一次産業の生産者の方々が、販売量の2割程度でも消費者に直売することができれば、主体的に生活の安定化を図れるようになるのではないか。そういう形態をとれるようにするためには、供給側と消費者側との間で、共に理解し合える信頼関係の構築が必要といえよう。

(4) 北海道鷹栖町カード

これは、平成21年12月に鷹栖町（人口約7千人、旭川市に隣接する稲作中心の町）がカード原資を出して作成したもので、町民と町外に居住している鷹栖町OB、OGを対象に配布しているサポーターズカードである。

鷹栖町サポーターカードの利用者は、鷹栖町の隣の旭川市や札幌市にあるサイモンズ加盟店での利用でポイントを貯

OB、OGの方々が意図的にポイントを集めて地域貢献に結びつけている。日本で初めて、失効ポイントを「ふるさと納税」のような形で納めている事例である。

■4 地域密着、協同組織の信用金庫に期待すること

このビジネスを開始してすぐに感じたことは、「弊社が協業する際の最適なパートナーは、全国の信用金庫（以下、信金）ではないか」ということである。全国に271拠点、7500店舗もあり、郵便局やコンビニに次ぐ数を誇る。何より熱き地元愛で活動している全国展開ネットワークがすでに築きあがっているというところは、都市銀行や地方銀行にはない大きな特徴である。

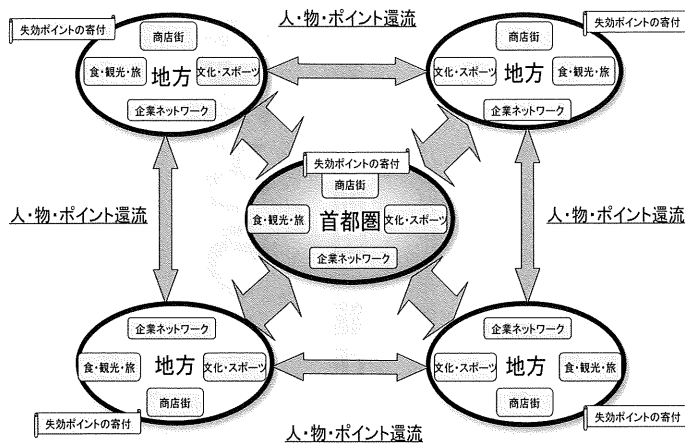
企業や商店街の衰退が進む状況下では、おそらく企業などへの貸し付けや個人への金融商品、ローンの提供という従来のビジネスモデルだけでは通用しない時代に入っているのではなからうか。優良企業、富裕者層だけを相手にするビジネスモデルは成立しないし、それでは地域は行きづまる。これからの信金に期待することは地域全体の底上げであり、全体が活気づくような仕掛けづくりに積極的に協力・実践することではないかと考える。前述した(株)JTB法人東京のよう

に、主体的に地域活性化に取り組むことが肝要である。ちなみに、JTBはかつて「旅行業」としていた自社の業態を、現在では「文化交流事業」と称してそれを実践している。おそらく信金も同様に、金融業を主体としてきた営みから「地域振興・活性化事業」に、より重点的に視点を移していかなければならないだろう。

そこで提案したいのが、次の2点である。1つは、地域に根づいたポイントカードの発行元になっていただけでないだろうか。例えば、地域のポイントカードの発行元は地元のお店街連合会であったり、観光協会であったり、はたまた温泉組合であってもいい。そのカードを作成するために、信金に支援・協力していただくことをお願いしたい。地域で共通に利用できるポイントカードシステムの導入にあたって店舗側の負担が減れば、ますます導入が廉価になる。そして、その見返りとしては、地域カードでの失効ポイントとは、カード原資を提供した信金の同意のもとで、さまざまな地域貢献に活用される。つまり、信金のおかげで地域の活性化が図れ、地域の企業も住民も皆、信金を好意的に評価することになる。

さらに、できればこれを全国の信金レベルで実施していただきたい。そうすると、全国271地域がポイントカードサ

図 ポイントを活用した地域共生ネットワークモデル



Copyright(C)2012 Symons Co.LTD., All Rights Reserved

ービスを介して、つながることになる。ということは、271の地域において全国共通ポイントカードが使えることになり、ある種の全国通貨ができあがるのと同じ効果が生まれる。つまり、地域ポイントが全国ポイントに変容するのである。これができるあがれば、信金ネットワークは都市銀行や地方銀行を大いに凌駕できると思う。信金が中心となって、東京に一極集中しているヒト・モノ・カネを、できるだけ地方・地域に還流させる

道筋を構築していただきたい(図)。弊社は喜んでお手伝い申しあげたい。

2つ目が、共生の考え方に基づいた「WIN-WIN-WINモデル」の浸透である。大企業だけが利益を得るような構造では、いずれ地域も日本もダメになる。自分さえよければいいという風潮を抑え、「地域社会が豊かで潤うこと」が大切であることを広めていただきたい。

大企業が唱える従来のCSRでは、社会は変革できないといわれるようになってきた。それは、片手間に「儲かったら何かをする」とか、他企業との比較において「何か社会性のあることをしなくてはカッコがつかない」というような姿勢では、世間は評価しないからだ。ニセモノは淘汰される。

企業が商売にだけ徹していればよかつた時代から、主体的に社会と関わり合い、積極的に貢献する時代にきている。信金の全国ネットワークを活用して、1つの地域をよくするためには他の地域の活性化と連携が不可欠という認識のもと、最終的には日本全体の最適化につなげていただきたい。

信金の組織力、地域密着度、そしてパワーがあれば、それは共生モデルとなり、全国の地域を再生して元気にすることが、必ず実現できると確信している。