

早稲田

ビジネススクールレビュー

Waseda Business School Review

JULY 2007 vol. 06
日経BPムック

コーポレート・エシックス コーポレート・ガバナンス 企業倫理・企業統治

揺れる企業倫理を建て直し日本型企业統治を構築する

稲盛和夫 京セラ名誉会長
「従業員の幸せを追求する」
経営理念で成功
個人の倫理に帰せず
不祥事を起こさない仕組みをつくれ
相葉宏二
プラグマティズムの影響を理解し
より高次のモラル発達が急務
東出浩教

日本の経営の利点を見失わず新たな道を

ロナルド・ドーア ロンドン大学LSEフェロー
上村達男
ジョージ・オルコット ケンブリッジ大学経営大学院准教授

司会 花堂靖仁

座談会



「見える化」が会社・社会を変える



トップ対談
日新製鋼社長
鈴木英男×遠藤 功
「見える化」活動が現場力を強化

「見える化」「伝わる化」「つなぐ化」「粘る化」の連鎖 遠藤 功
「見える化」による営業の現場力強化 山邊圭介
「見える化」に隠れた「文脈」の重要性 根来龍之

コングロマリット・
ディスカウントを救う

経田 啓

無駄な「脂肪業務」を
追放するABM

松川孝一

ベンチャービジネス研究

日本発、グループウェアで
チームワーク文化を世界に

ボストン コンサルティング グループ 早稲田ビジネススクール
BCG×WBS
付加価値を
創造するヒント

Web2.0で企業を革新する 内田和成

組織と戦略を変えるネットワークアナリシス 相葉宏二
イノベーションを起こす仕組みの進化 菅野 寛
イノベーションの道筋を可視化 大田直樹



多角化経営、
縦軸横軸に時間軸を採配
帝人社長 BCG日本代表
長島 徹×御立尚資

オンラインに強み 「サイモンズ」

株式会社サイモンズが提供するポイントサービスが、「サイモンズ・ポイントカード」である。2004年6月にサービスを開始し、加盟店約1200店、登録ユーザーは、約18万人を数える。「サイモンズ・ポイントカード」は、実際に「ポイントカード」を発行して、それを利用するポイントシステムだ。

ポイントの付与は、商品の購入や施設の利用などに応じて発行されたポイントを受けとるという点で、従来のシステムと大きな違いはない。

○サイモンズ・ポイントカードの仕組み
サイモンズ・ポイントカードに参加する企業は、サイモンズが構築したシステムを利用する。加盟企業が付与したポイントであれば、A社でもB社でも、発生したポイントを一括して貯めることができる。登録ユーザーにとっては、ポイント発行企業ごとに分散していたポイントを1つに集約するというメリットがある。これはサイモンズが特許を持つ、ポイント集計システムとポイント総合管理システムによるものだ。

店頭でのポイント発行は、クレジットカード決済端末を使って行われるため、大規模なシステムを構築できない中小店舗でもポイントカードシステムを安価で導入できるメリットがある。また、ポイント発行と同時に、購入者の顧客情報がネット経由でサイモンズのデータベースに蓄積される。加盟企業はそのデータを参照、分析でき、ポイントシステムをマーケティング分析のツールとしても自由に活用できる。この点も、中小企業や店舗には魅力のシステムとなっている。

○ポイントを活用するには
サイモンズ・ポイントカードのポイントは、加盟店舗で1ポイント1円で利

用できるほか、カタログから各種商品への交換が可能である。

また、サイモンズはクレジットカード会社との提携も進めており、クレジットカードの利用でポイントを貯められるサービスも展開中である。

○地域貢献が可能なシステム

異業種間でポイントの発行が可能であるため、商店街でサイモンズ・ポイントカードを発行すれば、各店舗で広い顧客層をカバーできるというメリットがある。

市場が拡大したとはいえ、ポイントシステムは都市部を中心に利用される中央偏重の傾向があると言える。ただし、地方の商店街がサイモンズ・ポイントカードに加盟していれば、ポイントめあての購買を促進することとなり、ポイントカード利用を含めた経済効果の地域差を埋めることになる。

実際に北海道・函館商店街ではサイモンズカードシステムを導入し、地元でのポイント利用に加え、観光客のポイント利用も増加しているという。

業種を限定しないため、NPOなどが施設の利用に応じてポイントを発行できるなど、ポイントカードを使って地域振興を進められるのがサイモンズ・ポイントカードシステムの大きな特徴である。

さらに、サイモンズ・ポイントカードの失効ポイントを、その地域や特定の団体に寄付する仕組みを設けている。ポイントが失効したときに、自動的に地域へ貢献できるのである。

オンとオフ ポイントの相互利用

アプローチの異なるポイント発行サービスを手がけるグローバル・バリューとサイモンズは、2007年に業務提携し、ポイントの相互交換を可能とした。

経産省を中心とした消費者保護のた



サイモンズ・ポイントカードは約18万人のユーザーが利用している

めの法整備や、ポイントの相互交換が進むと、企業が独自発行しているポイントによる顧客囲い込みの効果は薄れることが予想される。

そのなかで、今後さらに進むであろう、消費者によるポイントの活用において、独自の企業や業種にしばられないポイントシステムを構築し、オンとオフ、それぞれに強みを持つシステムを持つ両社の提携は、消費者にとっても企業にとっても大きな意味を持つことになる。

(取材・文：二瓶潤／写真：真島誠一)

ベンチャー・キャピタルの使命 ウエルインベストメント社長 瀧口 匡

ウエルインベストメントは、「大学発」「イノベーション」「技術革新」の3つをキーワードとしてベンチャー企業への投資および投資後はパートナーとして育成・支援を行っている。また、ベンチャーに関する研究・教育活動および独立起業家輩出の支援を積極的に行い、わが国の社会経済の発展、社会への貢献さらにはグローバルに活躍できる企業の創出に寄与することを使命としている。