

「共通ポイント」で「地域内循環型経済」を

1) 共通ポイントの最近の傾向

近年、買物や飲食ほか、ほとんどの消費にポイントが付いて当たり前という、ポイント制全盛の時代にありながら、一方で永年続く地域や商店街のポイント制は、マンネリ化低迷しているのも事実です。今後、新たな発想でこれを見直し「**地域内で消費とお金を回す**」ことが重要となります。

2) ポイント制の特性⇒ **まとまった商業集積が無く、地域内に商店や事業所等が点在している状態でも成り立つ共同事業である。** (⇒空き店舗対策に無駄な労力と経費を使う必要がない)

3) ポイント制の種類⇒

■**単独ポイント** (特定の企業や商店のみで発行と回収を行うもの)
・・・「**回収(お客さんが使う)が、値引き損**」

■**共通ポイント** (商店街や地域などで発行と回収を行うもの)
・・・「**回収(お客さんが使う)が、売上げ**」

一見同じ仕組みに見えるが構造が逆。

(⇒ **量販店等のポイントとは、回収のイベントで差別化**)

4) ポイント制の目的⇒ 本来、小売・サービス業の販売促進策だったものが、昨今は、購買(利用)金額やその頻度に関係なく、**不特定多数の消費者を対象とする業種であれば、ほとんどの事業所等で活用できるようになってきた。** (⇒ **新規業種参入の可能性⇒ 地域起こし**)

5) ポイント制の新たな役割⇒ **従来の販売促進策に加えて、少子高齢化や環境問題など、社会(地域)課題の解決策の一助となつつある。**

(⇒ 特定健診の受診や健康づくり、公立図書館・子育て支援施設の利用他)

6) ポイント制の真髄⇒ 買い上げ額に応じたポイント制は、「**多く買った人(あるいは、結果的に高く買った人)ほど多くの特典**」。つまり、**店や事業所に利益をもたらす優良顧客様ほど、多くの恩恵があるという普遍的な公平性がある。**

(⇒ 「おまけで固定客化」という発想は時代遅れ)

7) 「顧客満足と利益確保の両立」

⇒ **特価品にもポイントを付ける工夫** (1000円に2円の場合)

$1000円 \times 10\%引き = 900円$

$1000円 \times 8\%引き + ポイント(2\%) = 902円$

⇒ $1000円 \times 8\%引き = 920円 - 18円(2円 \times 9ポイント) = 902円$

⇒ 「満点方式」は内部留保金等を活用して、少ない経費で優良顧客を優遇・歓迎できる。(ポイントの「倍出し回収」)

これが価格に関しても「顧客満足と利益確保」を再立させる新発想のポイント制の進化した姿。

8) 「担保性のある地域通貨」

かつての地域通貨ブームの教訓 ⇒ 「偏在」と「担保性」

9) 準備期間5～6カ月。事業開始後1年で効果が確認できる。

地域商業研究所・代表 1952年福岡県生まれ

学業を終え広告代理店勤務の後、家業である婦人服・寝具小売業に入社。地元商店街で取り組んだポイント制が、本来の販売促進策に加え地域課題解決策となり、平成4年、コンサルタント業に転身。「地域や企業のポイント制の再生」、「ポイントの業種別個店有効活用法」、「担保性のある地域通貨」等、自助努力による持続可能な共同事業の支援が専門。ホームページは名前で検索可。