

教えて!
富山
けいざい



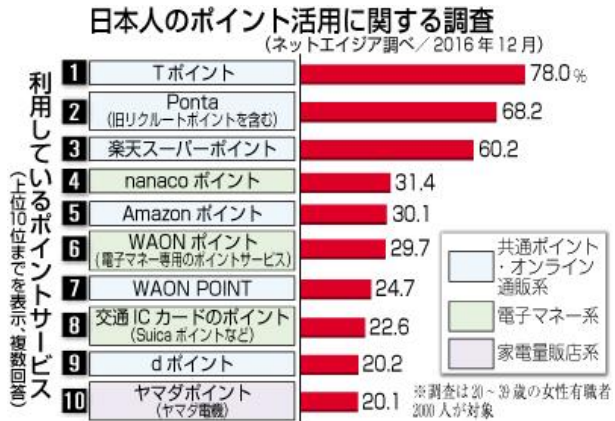
共通ポイントってなあに？

◆複数企業がサービス提携、幅広く使えるのが利点

ブン子さんは、北陸経済研究所（富山市）の辻野秀信主任研究員に聞きました。

Q－最近よく耳にする言葉ですね。

A－ポイントをためて景品に換えたり、ポイントの値を現金として使ったりするサービスを、異業種など複数の企業から受けられる仕組みです。ツタヤやファミリーマートで使えるTポイントをはじめ、ローソンが提携するPonta（ポインタ）、インターネットユーザーを中心に利用が増えた楽天ポイントなどが多くの登録者を抱え、提携先を増やしています。



Q－なぜ共通になったの。

A－ポイントカードはそもそも、スタンプカードの発展型として登場しました。来店回数によって特典をアピールすることで企業は客との結び付きを強めたかったのです。ところが、どの店でもポイントカードを出すようになると違いを示しにくくなり、新規カード発行数は頭打ちとなりました。各企業は、より大きな提携先に加わることで新規客獲得のチャンスを広げたい考えです。利用者にとってもポイントのたまりやすさと使える場面が広がることなどがメリットとなります。

Q－県内の動きはどうかしら。

A－県内のスーパーでは、アルビスが昨年10月からPontaカードを導入し、大阪屋シヨップがこの春から楽天ポイントに移行する予定です。また、百貨店の大和では、香林坊店において2月からPontaが使えるようになっています。提携が進む背景には、販売現場で特に深刻な人手不足や、以前にブン子さんから質問された「A I」が影響しているかもしれません。

Q－どういうことかな。

A－どの商品がいつどれくらい売れているかといった買い物情報と、顧客情報を重ねて分析するには、人材を配置するより共通ポイントと提携した方が合理的です。また、将来的にA Iによる大量のデータを分析する際にも1社だけでは投資負担が大きすぎます。電子マネーと連動するポイントカードであれば、レジの負担軽減にもつながります。普段使っているポイントカードにも人手不足や技術革新の影響がみられるということです。