

読者の皆さまはポイントカードを何枚お持ちでしょうか？ スーパー、ショッピングセンター、百貨店やレストランなどが発行するポイントカード。お財布には合計10枚以上入っている、という方も珍しくありません。

お買い物先のレジでカードを提示すると100円につき1ポイント付与、これが一般的な特典です。ポイントがたまると、お買い物券や値引き特典として使えます。お得意さまにはポイントアップのキャンペーンやプレゼントのご案内メールが届きます。ある一定の利用金額を超えると次年度は割引率が高くなり、お得意さま専用の休憩サロンや、さまざまなお優待サービスが用意されるカードもあります。

これはショップ側からすればコストです。お金や手間をかけてポイントや特典を付与しています。では、なぜショップはポイントカードをお勧めするのでしょうか？ 継続的にお買い上げくださるファンづくりが会員組織をつくる狙いの一つです。が、真の目的は、コストをかけても手に入れたい情

リゾーム専務 金藤 純子

一日一題

行商は見た①ポイントカードは何枚？



◇筆者紹介(かねとつ・じゅんこ) 神戸大学法学部卒。JT B勤務を経て、1999年にリゾーム入社。2007年から現職。ショッピングセンター(SC)の顧客動向調査やコンサルティングなどを担当。社内組織・SCトレンド研究所の所長も兼ねる。倉敷市出身。54歳。

報があるからです。

私の勤める会社は、ポイントカードの顧客分析システムを開発しています。ユーザー企業向けにサービスを提供する黒子のため、消費者と直接的な接点はありません。しかし私たちの分析結果がユーザー企業の意思決定と施策につながる、ライフスタイルや消費行動に影響を与えています。毎週岡山と東京を往復する「行商生活」を送っています。四半世紀にわたり、データ分析や活用支援に携わってきました。企業がどんなマーケティングを行い、生活をより良くすることに役立っているのか。行商が見た世界をお伝えします。

2018年(平成30年)6月13日 水曜日

前回、ショップはコストをかけたも入手したい情報があるからポイントカードを発行する、と書きました。その情報とは、購買情報と顧客属性が連携したデータです。データ活用の実例を身近なドラッグストアで挙げてみます。

ティッシュペーパーや粉ミルクは特売品としてチラシに度々掲載されます。少し昔のことですが、クライアントのドラッグストアから「粉ミルクは売れても赤字にしかない。特売をやめるべきかどうか悩んでいる」とのご相談をいただきました。そこでリゾームの顧客分析システムを用いて分析しました。

判明したのは、粉ミルクを買ったお客さまの粗利益率は、ほか全体のお客さまの約半分と低い一方、1回当たり平均購買点数は、粉ミルク購入客は22個で全体11個の2倍であり、粗利額は若干上回る1との事実でした。クライアントには、粉ミルクの特売は続けてよいと助言させていただきました。

リゾーム専務 金藤 純子

一日一題

行商は見た②特売は続行？

なぜ、粉ミルク購入客は一度にたくさん買い物をするのでしょうか。ベビーケアのメイン購買層は20、30代のファミリーです。乳幼児を抱えるファミリーは車での来店が多く、カートを押し、粉ミルクや紙おむつ、トイレットペーパー、ベビーフード、さらに化粧品や食品まで買わねばなりません。何カ所も車を止めて買い物をするより、一度で済ませてしまいたい。そうした事情が22個という数字に表れてくるのです。

購買点数だけではなく、どんな商品を同時にお買い上げかに注目しました。すると、ベビーケアと医薬品を同時購入する会員が4割以上、ベビーケアと化粧品の同時購入の会員が5・5割以上のショップは業績が良い、という分析結果でした。やみくもな値引き乱発ではなく、薬や化粧品も一緒に買っていたたくクーポン発行をお勧めしました。データ活用により「重要な販促企画は何か」というショップの意思決定につながっていくのです。

読者の皆さまはショッピングセンター(SC)が独自に発行しているポイントカードをお持ちでしょうか。サービスカウンターやインフォメーションに端末機があり、ポイント数を照会したり、お買い物券に交換したりできます。SCは出店者に売り場を貸す不動産業、言い換えれば「大家さん」なのですが、単純な不動産賃貸業とは言えません。SCは各店から毎日、売り上げ報告を受けていますが、さらにポイントカードのデータ分析をとても重視しているのです。なぜ重要なのでしょうか。

あるSCから聞いた答えは「顧客を理解するため」でした。

日本のSCは、大手総合スーパーや不動産会社、鉄道会社などが開発、運営しています。その地域の居住者や駅利用者の特徴を事前に調べ、開発計画を立て、地域のお客さまのニーズに合うであろう店の組み合わせを考え、配置を決めています。例えば住宅街の中に

リゾーム専務 金藤 純子

一日一題

行商は見た③SCは顧客重視の大家さん

ある大型SCであれば、ファミリーや3世代の憩いの場として、アミューズメントやシネマ、スポーツクラブ、フードコートなど幅広い店をそろえています。駅ビルは駅利用者を想定した店を、オフィス街に立地するSCはオフィスワーカーの利用シーンを想定し、カフェ、コンビニ、花、雑貨などライフスタイルや利便性を追求した店をそろえています。

SC開業後、果たして当初想定したお客さまがご来館なのか、何曜日の何時が多いのか、商圏は想定通りか想定以上に広がったのか、どう買い回っているのかをポイントカードデータを通じて観測することで、オープン前に立てた仮説の検証を行っています。

SCはお買い物動向を基に、顧客への理解をより深めます。仮説と実態のズレを検証し微修正を続けながら、店の個性や魅力を引き出す運営を行っているのです。

昨今、市場の変化は著しく、インターネットとスマートフォン急速な普及で、ライフスタイルは大きく変わりました。リアル店舗が米国ではどんどん閉鎖しています。通信販売とは異なり、わざわざお客さまにお越しいただくショッピングセンター(SC)は今、大きな転機を迎えています。国土が狭く、交通網が発達した日本は米国と全く同じではないにしても、個人消費の変化は起きています。地域のインフラであるSCは、どんな取り組みを行っているのでしょうか。

当社のSCトレンド研究所の調査によると、SCへの出店業種はアパレル関連が減少し、サービス、アミューズメントなどへのシフトが見られます。全国的に、学習塾(英語・珠算など)、音楽教室、幼児教室、保育園・託児所、ペット関連、シネマ、室内遊園地、ゲームセンター、フィットネス・スポーツクラブなどが増加しています。物販ではスポーツ用品、アウトドア用品、

リゾーム専務 金藤 純子

一日一題

行商は見た④SCは体験提供へシフト

自動車・バイクなどの趣味、ホビー、携帯電話の店が増えています。

例えば、東京・台場に21日オープンしたばかりの「デジタルアートミュージアム」。見て触って運動もできる。お茶を飲むシニアもボルダリングの若者もお花の滑り台の子どもたちも笑顔と感動にあふれています。

これらの特徴は、自分を含む誰かとの関係性への期待や感動の共有、自己表現の分野であることに気づきます。子どもの将来への期待、安全で快適な知育、ペットとのふれあい、自身の健康、地域コミュニティへの帰属意識や仲間との交流などを期待していると想定されます。

今、人々の関心は、自分にとって豊かな時間とは何か、またその時間を誰とどのように充実させて過ごすか、ではないでしょうか。心身の充足と時間価値の向上を実現するために、SCのさまざまな取り組みが始まっています。

日本初の本格的な郊外型ショッピングセンター(S・C)が誕生し、来年50周年を迎えます。今、S・C業界は売り上げ規模32兆円に達し、暮らしに不可欠なインフラに育ちました。昭和の高度成長とともに発展したS・Cは平成の終焉しゅうげんに伴い、どこに向かうのでしょうか。

さかのぼれば、多くの若者が、就業機会を求めて農村から水島コンビナートや都市部へ人口移動した時期が1955(昭和30)年から75(昭和50)年。その時期に核家族モデルが「標準世帯」となり、社宅や団地が形成されました。その後、戸建てを求め郊外へ移り住み、並行して郊外型のS・Cも発展しました。ライフステージが変わる時、消費スタイルに変化が起きます。家具、家電、赤ちゃん用品にランドセル…と節目に合わせてモノをそろえました。

人口減少、少子高齢化が社会問題化しています。人口減少により、モノ消費の総量は今後減っていくでしょう。車社会の岡山では、地元のスーパーやコンビニに行く

リゾーム専務 金藤 純子

一日一題

行商は見た⑤自動運転社会とS・C

際ですら車を使うことが当たり前です。高齢化と人口減が進む地域では、自家用車の利用を前提とした郊外商業施設はいったん厳しくなっていくでしょう。高齢者と買い物難民が増える地方に、明るい材料はないのでしょうか。

2025年ぐらいには日本でも自動運転車が走るようになるといわれています。地方では車がなければ、生活が成り立ちませんが、高齢者が多く需要の多い地区では、自動運転のバスやタクシーの料金も下がっていくと想定されます。そうなるシニアが終活期をさらにアクティブに過ごし、子育て世代を助け、地元を楽しくしようというコミュニティが増えそうです。未来は、顔認識ができる人型ロボットが保育園児とシニアを乗せ、バスガイドをしながらS・Cに向かっているかもしれません。郊外型S・Cも自動運転社会における新たな場づくりの成長ストーリーを考える機会だと思えます。

倉敷市真備町が私の地元です。西日本豪雨災害の土曜朝5時すぎ、まび記念病院に避難し、陸の孤島となった翌日、自衛隊によって救出していただきました。この場を借りて病院関係者、自衛隊の皆さま、応援をくださった多くの皆さまに心よりお礼申し上げます。

前日、増水する高梁川の様子を見に来たご近所の方がこんなことを言われたのです。「以前、向かい岸の河川敷に芝生を敷いた直後に洪水があつて流れた。しっかりと根を張った後なら、少々洪水が来ても芝は生き残ったんだがね」

金曜日夜、私は用水路があふれ始めた異変に気付き、実家の両親と犬を私の居宅に連れてきました。テレビでは避難所の小学校名が表示されていました。行こうと思いましたが、避難所では犬が迷惑になるに違いないと足が止まりました。4時、スマホの緊急災害速報の大きな音が鳴り響き、「避難指示」表示を確認、渋る両親を

金藤 純子

リゾーム専務

一日一題

行商がゆく⑥先日のこと

説得し、指定避難所の真備総合公園へ向かいました。しかし、途中で警察の方から道路が通行止めと言われ、来た道を引き返しました。他の避難所がいっぱいとSNS（会員制交流サイト）にあったので途方に暮れ、4階建ての病院をここなら安全かと思い、なんとか入れていただけいかとご無理をお願いしたのです。

滞在30時間に屋上から目にした信じがたい光景。水かさほどんどん増えて病院2階にまで迫り、周囲はさながら海のように、いろんなものが漂流していききました。周辺の戸建ての2階窓やスーパールの屋上に多くの人が残され、ハンカチを振って救助を求めているのが見えました。

リゾームという社名の意味は「根っこ」です。根茎は地下に広がり、結びつき、地上にハスのごとく美しい花を咲かせる役割です。根を張れ、しっかりとした結びつきを持つのだよ、という声が聞こえてきました。

2018年(平成30年)7月18日 水曜日

大病はありませんが、軽い病気は何度かかかりました。数年前の顔面まひは、前日まで舌のしびれ、後頭部の疲労感などを自覚していたにもかかわらず、自身の体力を過信していました。2度目の経験でしたから慌てることはなかったのですが、むしろ病気になった要因である心の問題に行き当たります。最初に連絡した相手は高校の同級生である医師と経営者の2人でした。

顔面まひは顔の半分がぴくりとも動かなくなり、片方のまぶたは開き放しで、笑ったり泣いたりすると「ひよっとこ」のお面のような表情になります。まひの2日後、経営者の友人にその妙な顔で泣きながら相談をしたものから、困ったことでしょう。

しかし友人は私の長い話を黙って聴いた上で「僕にいいアドバイスはできないけれど、周りを恨んではいけないよ」と自分が苦境の時に支えになったという一冊の本を薦めてくれました。ノートルダム清心学園前理事長渡辺和子

リゾーム専務 金藤 純子

一 日 一 題

行商がゆく⑦深い井戸から見える星影

先生の「置かれた場所で咲きなさい」でした。その中に「深くて暗い井戸の底には、真っ昼間でも、井戸の真上の星影が映っている。井戸が深ければ深いほど、中が暗ければ暗いほど、星影は、はっきり映る。肉眼では見えないものが、見えるというのです」とあります。

職場も家庭も思い通りにはいきません。理不尽に思えることが続く時、「なんで自分はここまで努力しているのに相手はわからないのか」と考えてしまうことがあります。しかし、他人なのですから、答えはいつまでたっても得られません。実は自分の器の大きさがその時はそこまでだったということなのですが、自身の能力以上の事柄や異質な存在に適応できていないという事態を拒んでいるために、ストレスが蓄積し病気という形で知らされる。井戸が教えてくれたのは、自分の器の大きさに気づき、これを大きいものに育て、生まれ変わる自分の未来でした。

2018年(平成30年)7月25日 水曜日

被災からの復興で一番大切なことは何か。それは「生きる力」です。生きる力はどこから生まれてくるのでしょうか。私は「人とのつながり」だと学びました。

倉敷市真備町で豪雨災害に見舞われ間もなく3週間。被災地では土砂のかき出しや片付けが続いています。一方、民間賃貸住宅の借り上げ提供の申し込みが始まり、生活再建に向け、一歩踏み出したところでは。被災してからというもの、罹災証明をはじめ住民票や印鑑登録証明書の発行、保険会社への連絡、全壊した家屋の家財廃棄、水没した自家用車のレッカー車移動、代車や新車の手配、ガス、水道、電気の停止、電話やケーブルテレビの一時停止など日々手続きに追われました。こうした手続きは被災者本人でなければ進みません。ですが、片付けに追われて、やらねばならぬ手続きや新生活再建に向けた活動が遅れているご家庭も多いのです。

しかし物理的負担以上に重かったのは、引越し後の近所に知り合いがいらないという心理的負担で

リゾーム専務 金藤 純子

一日一題

行商がゆく⑧手をつなごう

した。私の母もふさぎ込み「水が出るようになったら平屋を建てて真備に戻りたい」と希望を口にします。ご近所の親しい友達と日々を過ごしたいのです。

このような感情を「ぜいたくだ。住む所が決まっただけいいじゃないか」と考えるかどうか、私は迷っていました。ところが23日にこんなことがありました。引越した先の近くの100円ショップで知り合った方の親戚が真備町川辺の被災者、近くのスーパーで遭遇した小中高の同級生とお母さんも被災者、その全員がうちの母と友達だったのです！ さらにもう一人が同じマンションに引っ越してくることに。この奇遇に歓喜し生き生きする母の様子をみて「コミュニケーション」とは何か」ということを深く考えさせられたのです。

物質面での生活再建と同等かそれ以上に「人とのつながり」の再建が重要です。自身と家族が被災して、人間は社会との関わりが希望をもたらず光なのだと感じました。