



おかげさまで Ponta 会員は 4,000 万人を突破し 日本最大級の共通ポイントサービスになりました。



2012 年 2 月 7 日
株式会社ロイヤリティ マーケティング

Ponta 会員数 4,000 万人突破と今後の事業展望について

株式会社ロイヤリティ マーケティング(以下「LM」)が運営する共通ポイントサービス「Ponta(ポンタ)」は、2012 年 2 月 5 日(日)に会員数が 4,000 万人を突破し、日本最大級の共通ポイントサービスに成長いたしました。これは、LM が掲げていた目標会員数を約 2 年早く達成したことになります。この節目に、LM にとっても想定外のスピードで事業拡大し続ける理由、さらに、この大規模な会員基盤をもとにした今後の事業展望についてまとめましたので、お知らせします。

■短期間で急速に事業拡大している理由：

この急速な事業規模拡大の背景には、主に 3 つの要因があるものと考えています。

① 提携企業自身のポイント＝“Ponta”であること

Ponta は提携企業各社の会員組織を統合し、新たに”Ponta”という会員組織を異業種間で形成したサービスです。従来の共通ポイントサービスは、顧客資産を保有する主宰企業の会員組織を、参加企業が利用する形でしたが、Ponta では提携企業各社が巨大な会員組織をあたかも自社で保有しているかのごとく活用できるのが特徴です。

② 提携企業間の連携意識が強いこと

LM は Ponta を運営する一方で、中立的な立場で提携企業間の円滑な相互送客を促進・支援しています。この中立性により提携企業間の連携意識が強くなり、提携企業同士の相互送客施策が実施しやすい環境を作り出しています。

③ 入会チャンネルが多数あること

Ponta を自社のサービスと考える提携企業各社は、店舗での会員獲得にも非常に積極的です。さらに、LM 及び提携企業が一体となったキャンペーンも定期的実施、お客様とのタッチポイントを多数設け、入会の機会を増やす施策も行っています。

■今後の事業展望：

LM は Ponta 会員数を 2013 年 3 月末に 4,800 万人、2014 年 3 月末には 5,500 万人とすることを目標としています。提携企業数については、今後も生活に密着したサービスを展開している様々な小売業・サービス業の各社にご参加頂き、2013 年 3 月末までに 75 社、2014 年 3 月末までに 100 社との提携ネットワークを構築したいと考えています。

一方、大規模な顧客データを活用したマーケティング機能は従来以上に強化する方針です。既にローソンでお客様にご好評頂いているチルド弁当「ろーそん亭」や「ショートパスタ」の商品開発には Ponta のデータベースが活用されています。データ分析やアンケートリサーチを駆使してお客様のニーズに合った商品を提供することでお客様満足度を高めると同時に、ローソンでの機会ロス(商品が無いことによる不満)を減らすことにも貢献しています。今後はより多くの提携企業に Ponta データベースを活用頂き、お客様と提携企業双方にとってメリットのあるサービスで、無駄のない消費社会構築に貢献していく方針です。

今後とも共通ポイントサービス「Ponta (ポンタ)」をご愛顧いただきますようお願い申し上げます。

[参考 URL 等]

Ponta オフィシャルサイト [Ponta.jp](http://www.ponta.jp)

<http://www.ponta.jp/>

Ponta 公式 Facebook ファンページ

<http://www.facebook.com/ponta.official>



LOYALTY MARKETING, INC.