金融機関に見るポイント制の活用の工夫

主事研究員　田口さつき

1　すすむポイント制

このところ、金融機関では、ポイント制を導入する動きが浸透しており、すでに地銀・第２地銀の約６割（筆者調査）が採用するまでになっている。金融機関が採用しているポイント制とは、金融取引をポイントに換算し、その合計ポイントに応じて優遇措置・特典を付与するものである。

近年、ポイント制は取引定着化や取引拡大を図るよう、設計が洗練されてきており、リテール部門での推進の一翼を担うようになっている。

本レポートでは、すでにポイント制を導入している地銀の事例からその活用のヒントを探っていきたい。

2　地銀のポイント制の特徴

地銀が導入しているポイント制のなかで共通した特徴を「ポイント換算する金融取引」や「優遇措置・特典」の面からみてみる。

ポイント換算の対象取引は、「給料振り込み自動受取」、「公共料金等の自動支払い」など家計の定期的な入出金にかかわるものが多い。また、「住宅ローンの借り入れ」「その他ローンの借り入れ」「クレジットカード利用・銀行発行カード利用」など、貸出もポイント換算の対象になっている。これらに加えて、「預かり資産」に関する取引を対象にする銀行もある。なお、取引ごとのポイントの付け方は、各行で異なり、リテール推進戦略が反映されているものと思われる。

次に、優遇措置・特典については、「ATM（時間外・コンビニ）手数料無料・割引」が最も多い。その次に多いのが「ローン金利の引下げ」である。

なお、優遇措置・特典は、複数取引があってはじめて受けられる設計になっていることが多い。また、ポイントの合計点に応じていくつかのステージに分けて提供される。例えば、10～19ポイントが優遇措置・特典を受けられる最低ステージだとすると、20～39ポイントでは次のステージとなり、いくつかの優遇措置・特典が付け加わるという具合である（第１表）。

第1表　優遇措置・特典とステージの関係（イメージ）

	各ステージ	第1	第2	第3
	対応するポイント（合計）	10～19	20～39	40～
優遇措置・特典	ATM（時間外・コンビニ）手数料無料・割引	○	○	○
	ローン金利引下げ	○	○	○
	振込手数料の無料・優遇		○	○
	貸金庫利用料の無料・割引			○
	ポイントを景品に変える			○

資料　各行ホームページを参考に作成
（注）　対応するポイントもイメージ。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

3　ポイント制の設計の工夫

ポイント制の設計には、取引定着化、取引拡大に向けた工夫がなされている。取引定着化は、まず、「自動受取」や「自動支払い」など、顧客の利用頻度が高く、いったん口座指定されると、取引が長く続くものをポイント換算の対象としている。さらに、優遇措置・特典の「ATM（時間外・コンビニ）手数料無料・割引」を提供することで、顧客が日々の入出金など財布がわりに利用しやすい状況をつくっている。そして、加えて、これらの日常的な取引の促進のため、優遇措置・特典がたやすく享受できるような工夫がなされていることが多い。

ポイントの配分とステージをうまく絡ませることにより、取引拡大を推進していく工夫も見られる。この典型的なものが、住宅ローンである。一般的にローンについては金利が最も顧客の関心・選択に訴えるものであり、ポイント制自体は新規のローン顧客獲得に有効なわけではない。むしろ、既存の住宅ローン利用者に取引拡大のためのインセンティブが織り込まれている。それは、住宅ローンの利用に対し、他取引も加わると比較的容易に上位のステージに移行できるよう、ポイントを配分することによって行われている。具体的には、住宅ローンだけの取引の場合、15ポイントを配分することで顧客は最低ステージ（第１表）の優遇措置・特典が受けられるが、これに利用頻度の高い公共料金等自動支払いなどの取引が加われば、１ランクアップしたステージへ進めるという仕組みである。

4　設計に加えて

ポイント制は、以上のような取引定着化や取引拡大に有効といえるが、さらにポイントの動向や顧客のポイント交換行動など新たなサービスにつながるような顧客情報を蓄積することが期待できる。

一方で、ポイント制には以下のような留意すべきことがあると考えられる。

まず、当初の設計には細心の注意が必要である。これは、いったんポイント制を導入した場合、抜本的な改定を行うと、顧客の混乱を招いてしまう恐れがあるためである。また、ポイント制があまりに複雑であると顧客はそのメリットを理解できない可能性もある。顧客にはわかりやすく、金融機関にとっては収益性をあげるような設計という、難しい課題を抱えているといえる。

次に、導入時においては、顧客への利益還元という点で既存の還元サービスとの整合性をどうとるか、という視点が必要であろう。ある金融機関では、定期預金などの新規預け入れなどの際に粗品を渡すのをやめ、ポイント還元する方法に統一した。しかし、なかには取引を行ったその場で特典を受け取りたいという顧客もいる可能性がある。

このような問題に対処するためにもポイント制について顧客に十分に周知させる工夫が望まれる。

（たぐち　さつき）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。