

駐車場におけるポイントUPキャンペーンの実態の報告

パーク 24 (株) 正会員 ○吉本 ゆかり

1. はじめに

平成 18 年 6 月の道路交通法改正により駐車場の需要が高まり、大小問わず駐車場会社は増加傾向にあった。しかしながらガソリンの高騰等、自動車利用に対する社会問題の影響により、その際に増加した駐車場が淘汰され始めている。そのため、他社駐車場との差別化を図っていくことが必要不可欠となりつつある。当社では平成 19 年 11 月 12 日より関西一円にある「タイムズ」にて、「タイムズクラブカード (以下、TCCと略称) のポイントUPキャンペーン」の実施を開始した。このキャンペーンの目的は新規利用客・リピーター客の創出、死に会員の復活 (半年以上利用のないタイムズクラブ会員) である。ポイントは駐車場の特性によって 3 倍・5 倍・6 倍・10 倍と 4 パターンに設定した。本研究では、タイムズで行なったポイントUPキャンペーンの実態について報告することとする。

2. 「ポイントUPキャンペーン」の詳細

当社は駐車場企業初である会員組織のポイントカード「タイムズクラブカード (以下、TCCとする)」を発行しており、全国に 206 万 414 人 (平成 20 年 2 月末日現在) の会員がいる。また、関西圏 (2 府 4 県) には 74 万 8106 人 (平成 20 年 2 月末日現在) の会員がおり、全体の 36.3% を占めている。

タイムズに駐車し、料金精算時に TCC を精算機に挿し込むだけで、利用額に応じたポイントが加算される仕組みである。通常「100 円 = 1 ポイント」だが、キャンペーンにより、「100 円 = 3 ポイント ~ 10 ポイント」の設定に変更している。

関西一円のタイムズで行なっている「ポイントUPキャンペーン」による施策について以下に示した。

- ① 駐車場によるポイントの設定
- ② TCC 入会促進活動 (大型タイムズにてアルバイトによる声掛け)
- ③ キャンペーンの告知垂幕・掲示板
- ④ エリア毎のMAPの発行
- ⑤ 新聞折込実施の際、キャンペーン内容の掲載
- ⑥ 死に会員へのDM送付
- ⑦ TCC 会員へのメルマガ配信 等

3. 駐車場におけるポイントUPキャンペーンの実態

(1) 実施駐車場件数とポイント設定

関西 2 府 4 県にある 2,576 箇所の内 2,416 箇所 (平成 20 年 3 月末日現在) にて実施中である。ポイント実施駐車場比率を図 1 に示している。ポイント設定の内訳を図 2 に示している。

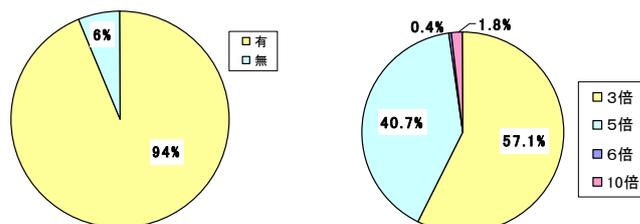


図 1 ポイント実施比率 図 2 ポイント設定内訳

(2) ポイント設定後の利用件数・人数の変化

ポイント設定以前と以後の利用件数・人数の変化を表 1 に示した。11 月は 30 日間であるので、31 日に変換して数値を出している。また、図 3 は TCC 利用・非利用件数、図 4 は TCC 利用・非利用人数を示したグラフである。

利用件数においては全利用件数自体が軒並み増加していることが見て取れる。

また、利用人数においても全利用者数自体が増加しているようだ。TCC 会員の利用も 10 月と 12 月を比較すると 3,657 人増加しており、TCC 会員の 1 ヶ月の平均利用回数は 3 ~ 4 回であることがわかった。

表 1 ポイント設定以前・以後の利用件数・人数

	利用件数(件)			利用人数(人)		
	全利用件数	TCC利用件数	TCC利用率	全利用人数	TCC利用人数	TCC利用率
H19年10月	7,415,750	342,536	4.62%	4,022,660	93,097	2.31%
11月	7,637,629	352,551	4.62%	4,144,676	97,410	2.35%
12月	8,249,563	347,352	4.21%	4,486,871	96,754	2.16%

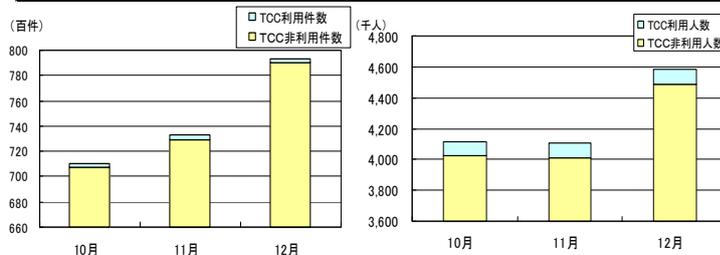


図 3 TCC 利用非利用件数 図 4 TCC 利用非利用人数

(3) 昨年との TCC 利用件数・TCC 利用台数比較

平成 18 年と 19 年の 10 月 ~ 11 月の TCC 利用件数・TCC 利用台数の比較を行なった。図 5 は TCC 利用

件数前年比較、図6はTCC利用人数前年比較を示したものである。12月に急増するのは、毎年見られる傾向である。しかしながら、ポイントUPという付加価値により通年以上の伸び率があったと考えられる。

平成18年に比べ、TCC利用件数は約6万8千件増加している。また、TCC利用人数においても約1万1千人増加していることがわかった。TCC会員によるタイムズ利用は平成18年においても1ヶ月3~4回であることがみてとれた。

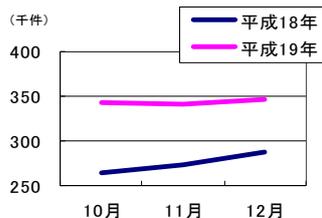
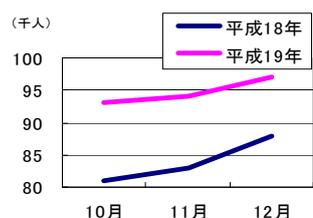


図5 TCC利用件数前年比 図6 TCC利用人数前年比
(4) TCC会員の変動

TCCへの入会促進活動の内容を以下に示した。

- ①大型タイムズにて、アルバイトによるTCC入会を促すための声掛け
- ②TCCへの入会申込書は駐車場に常時ストックしておき、個人で手続きを行なえるようにしている
- ③大阪府内の交通安全協会でのTCC入会促進
- ④自動車教習所でのTCC入会促進
- ⑤商店街と連携した「楽しい街（当社独自のフリーペーパー）」の発行による宣伝
- ⑥Webでの宣伝

TCCの会員数と増加数を表2に示した。ポイントUPキャンペーン実施前に比べ、実施後は入会人数が大幅に増加している。ポイントを貯めることでお得な賞品と交換できるというメリットが、ポイントUPキャンペーンの実施によりドライバーの方々へ認知して頂けたと考えられる。また、ポイントが通常の3倍・5倍・6倍・10倍となれば、ポイントが貯まる期間も早く、交換の期待も高まったと思われる。

表2 TCC会員数と増加数

		平成19年			平成20年	
		10月	11月	12月	1月	2月
全国	会員数	1,944,262	1,965,744	1,995,346	2,030,821	2,060,414
	増加数	-	21,482	29,602	35,475	29,593
2府4県	会員数	693,602	705,657	720,073	733,566	748,106
	増加数	-	705,657	720,073	733,566	748,106
	全国比率	35.7%	35.9%	36.1%	36.1%	36.3%
京都府	会員数	46,235	47,130	48,101	48,911	49,539
	増加数	-	895	971	810	628
滋賀県	会員数	14,156	14,559	14,980	15,292	15,494
	増加数	-	403	421	312	202
大阪府	会員数	433,178	441,245	451,032	459,543	468,858
	増加数	-	8,067	9,787	8,511	9,315
奈良県	会員数	35,487	36,106	36,842	37,662	38,426
	増加数	-	619	736	820	764
兵庫県	会員数	152,558	154,360	156,590	159,309	162,660
	増加数	-	1,802	2,230	2,719	3,351
和歌山県	会員数	11,988	12,257	12,528	12,849	13,129
	増加数	-	269	271	321	280

(5) 死に会員の復活

関西2府4県在住のTCC会員でポイントUPキャンペーン開始前の平成19年11月11日以前で1度もTCC利用をしたことのない会員を「死に会員」としている。表3は死に会員の復活数を期間に分けて示したものである。今回のポイントUPキャンペーンにより合計1万11,621人復活したことがわかった。半年以内に入会した会員の利用が多いとはいえ、長期間使用しなかったTCCを再度利用している現象は、ポイントUPに大きな魅力を感じたと言えるだろう。

表3 死に会員の復活数

	平成19年		平成20年	
	11月復活数	12月復活数	1月復活数	2月復活数
半年以内	-	3,416	2,091	1,776
1年以内	-	821	658	600
2年以内	-	657	63	960
3年以内	-	141	128	137
3年超	-	61	49	63
合計	-	5,096	2,989	3,536

4. まとめ

今回当社で行なったポイントUPキャンペーンでは以下の知見を得ることができた。

- ・ TCC利用件数・人数は大幅に増加した。平成18年10月と12月を比較してもTCC利用件数・人数共に11%以上増加している。
- ・ TCC会員の1ヶ月の利用回数は3~4回である。これは平成18年、19年を比較しても同様であった。TCC利用件数・人数の増加はリピーターの複数回利用の増加でなく、TCC会員自体の増加であることがわかった。
- ・ TCC会員の増加は、ポイント倍数設定により商品交換への期待が高まったと同時に、お得なカードであるというメリットがドライバーの方々へ認知されたと言える。
- ・ また、死に会員の復活が今回のポイントUPキャンペーンに大きく影響を与えた。何年も前に入会し、全く利用したことがなかった会員が使用し、リピーターになっていることがわかった。

当社のこういった取組みは、一方的に駐車場を利用する様に呼びかけるものではなく、お客様へのサービス向上を図った施策である。今後もタイムズのメリットを活かし、交通安全協会や自動車教習所、商店街等地元へ密着した施設との提携を行ない、タイムズから路上駐車のない街づくりへの一歩を踏み出したい。駐車場需要の多い所にタイムズを開設し、路上駐車車両を路外に囲い込めるような企業努力を図っていく。