

## カルチュア・コンビニエンス・クラブの取組みについて (Tカード/Tポイント物価指数)

2016年10月14日(金)

CCCマーケティング株式会社 企画本部 事業企画部 データサイエンス・ラボ



Culture Convenience Club Co., Ltd.

会社概要

カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社 Culture Convenience Club Co.,Ltd.

#### 創業

1983年3月24日

資本金等 27,037百万円 2016年3月31日現在 資本金、資本剰余金の合計額です。

連結売上高 239,233百万円 2015年3月期



代表取締役社長 増田 宗昭

#### 事業概要

CCCは「カルチュア・インフラを、つくっていくカンパニー。」をブランド・ステートメントとして掲げ、 書店事業を中心としたエンタテインメント事業、Tポイントを中心としたデータベース・マーケティング事業のほか ネットサービスや新たなプラットフォームサービスを企画し、それらのプラットフォームを通じて 新しいライフスタイルの提案を行っています。

#### 本社 東京本社

東京都渋谷区南平台町16番17号渋谷ガーデンタワー6階

ほか全国に支店配置

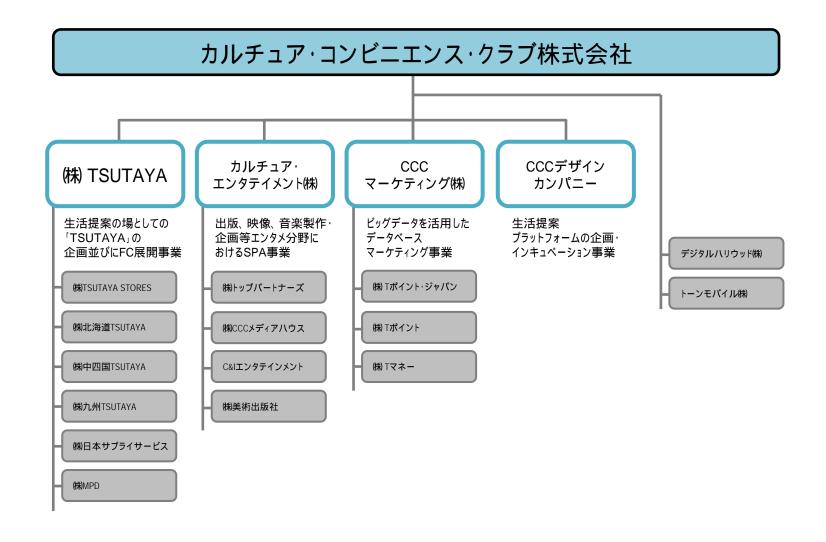






Culture Convenience Club Co., Ltd.

組織図



## CCC Culture Convenience Club Co., Ltd. 沿革

1983年	3月	大阪府教方市に『萬屋書店 枚方店』を創業
1985年	9月	カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社 設立
1986年	6月	日丰出版販売(件)と無額提携
1999年	7月	インターネットを利用したサービス「TSUTAYA online」開始
2000年	4月	東証マザーズに上場
2002#	10月	ネット宅配レンタル「TSUTAYA DISCAS」をスタート
2003年	3月	東京証券取引所市場第1部に変更
	10月	共通ポイントサービス「Tポイント」開始
2007≢	2月	T会員数が2000万人(名客で後の利用会員数)を突破。
2008年	6月	デジタルテレビ向け配信事業「TSUTAYA TV」の本格集関を開始
	8月	T会員数が3000万人を突破(省春せ後の利用会員額)
2010年	3月	「Tボイント」を使って会員が社会貢献活動に寄与できる「Tボイント舞企」を開始
2011年	7月	マネジメント・バイアウト (MBO) の実施
		東京証券取引所市場第一郎において上場廃止
	12月	東京都渋谷区に代官山 萬屋書店を中板とする。「代官山 T-SITE」を開業
2012年	5月	T会襲数が4000万人を突破(名寄せ後の利用会賞数)
	10月	Tポイントプログラム運営事業を展験する新会社として株式会社Tポイント・ジャパンを設
		立

2012年	5月	T会員数が4000万人を突破(名寄せ後の利用会員数)
	10月	Tポイントプログラム運営事業を展開する新会社として株式会社Tポイント・ジャパンを設
		立
2013年	4月	佐賀県武雄市の「武雄市図書館・歴史資料館」を指定管理者として運営開始
	6月	キャラクターやアーティストを券面にデザインしたTカードが登場
	12月	北海道函館市に「函館 蔦屋書店」を開業
2014年	10月	T会員数が5000万人を突破(名高せ後の利用会員数)
		新ネットサービス「T-SITE」をオープン
	11月	Tカードがそのまま電子マネーになる「Tマネー」を開始
	12月	TSUTAYA事業を展開する新会社として株式会社TSUTAYAを設立
		出版・コンテンツ事業を展開する新会社としてカルチュア・エンタテインメント株式会社
		を設立
		データベース・マーケティング事業を展開する新会社として株式会社CCCマーケティング
		を設立
		神奈川県藤沢市に複合文化施設「湘南T-SITE」をオープン
		Tカードをチケットとしてライブやイベント等に入場できる「Tチケット」を開始
2015年	5月	東京都世田谷区に生活提案型の家電店「二子玉川 蔦屋家電」オープン
		大阪市北区に1,000坪を超える「梅田 蔦屋書店」オープン

## **TSUTAYA**

#### 生活提案の場

「変革の80年代に、文化を手軽に楽しめる店として、レコードや書籍、ビデオなどを、枚方市の若者に新しい生活スタイルの情報として提供する拠点を。 しかも便利な立地で、 夜11時までの営業体制、 ロフトスタイルのインテリア環境で提供したい。」

そうした創業の意図のもと、1983年3月24日、TSUTAYAの1号店である「蔦屋書店枚方店」が大阪府枚方市に産声をあげました。

以来、TSUTAYAは、お客さまにとって「いつでも、 どこでも、だれでも」便利に文化をご提供する拠 点として拡がり、1999年には世界有数の人通り でも有名な<u>東京・渋谷のハチ公前交差点正面</u> に旗艦店「SHIBUYA TSUTAYA」をオープン。

多くのお客さまにご利用いただき、年間7億枚以上のDVDをレンタルし、国内最大の書籍・雑誌 販売額を有する書店へとなっています。



## **BOOK&CAFE**

#### 書店とカフェが融合し、コーヒーを片手に本が選べる

本を通じて、様々なライフスタイルを選べるTSUTAYAだからこそ、本を選ぶ空間や時間を大切にして頂きたい。

BOOK&CAFEは<u>コーヒーの香りを楽しみながら購入前の本をカフェテーブルでゆっくり選ぶことができ、コーヒーを片手</u>に書棚の前で本を選ぶこともできる書店のスタイル。もちろん購入後にカフェで読書に耽って頂いても構いません。

<u>2003年に東京・六本木のTSUTAYA TOKYO ROPPONGIで初めて提案</u>したBOOK&CAFÉスタイルは全国に 広がりました。



## 代官山 蔦屋書店

#### 創業時に志したことを、今一度。 かつて若者だった、すべての大人たちに、生活提案の場を

1983年、大阪府・枚方市にTSUTAYAの原点となる店が誕生しました。名は「蔦屋書店」。目指したのは、「本、映画、音楽を通して、若者たちにライフスタイルを提案すること」でした。 そして30年近〈の年月が経ち、当時の若者たちはすでに若者ではな〈なりました。 そして、残念なことに、みなさんTSUTAYAとは少し距離のある生活をされていました。

「<u>創業当時の、私たちの最初のお客さまに、今一度ライフスタイルを提案する場を作ること」が、</u>代官山 蔦屋書店のテーマです。

TSUTAYAの知名度や経験値もあがりましたが、 お客さまの文化的感性も成熟しています。私たち は、真剣勝負で「大人のための文化の牙城」を作 る努力をしました。

大人たちが同じ世代の人たちで固まるのではなく、若いクリエイターも集まるところで文化的な化学反応が起こせるような、また、お孫さんと楽しい時間が過ごせるような、そんな新しい場として、2011年の冬、代官山 蔦屋書店は開業しました。



## 武雄市図書館

#### 図書館を中心とした市民生活の提案

「生活提案の場」を全国に手掛けてきたCCCが、初めて企画・運営に取り組んだ図書館です。

<u>"図書館を中心とした市民生活の提案"というコンセプト</u>を掲げ、佐賀県の武雄市とともに策定した、市民のだれもが利用しやすく、利用したくなる"市民の生活をより豊かにする図書館"を作る「新・図書館構想」のもと、武雄市図書館・歴史資料館は2013年4月1日にリニューアルオープンしました。

資料収蔵や図書貸出の場といった<u>従来の図書館像にしばられず、図書館、書店、カフェが一体的に融合</u>することで、コーヒーを味わいながら館内の本を自由に読むことができ、<u>勉強も仕事も会話もできるなど、さまざまなライフスタイル・ステージの市民に居心地の良い場と新たなコミュニティを創出しています。</u>







#### Tカード: 共通ポイントカード発行のきっかけ





















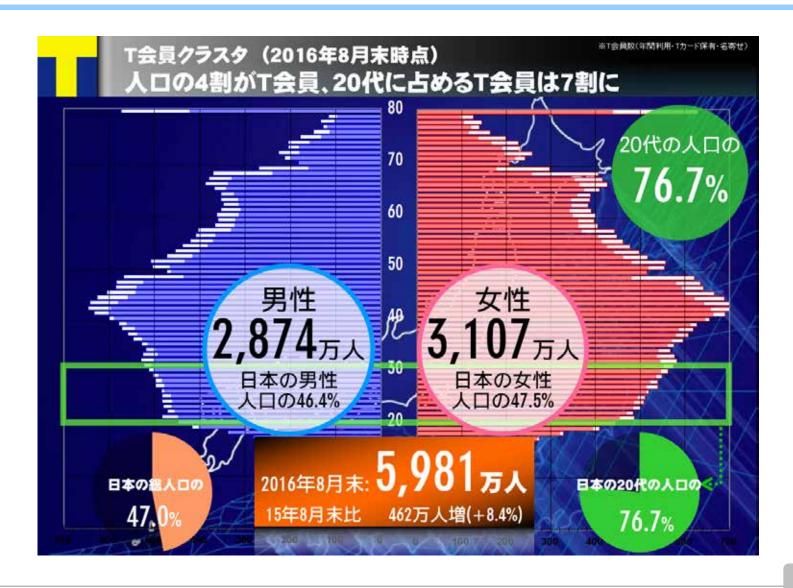


## Tカード: 1年間にご利用いただいたT会員数(名寄せ後)



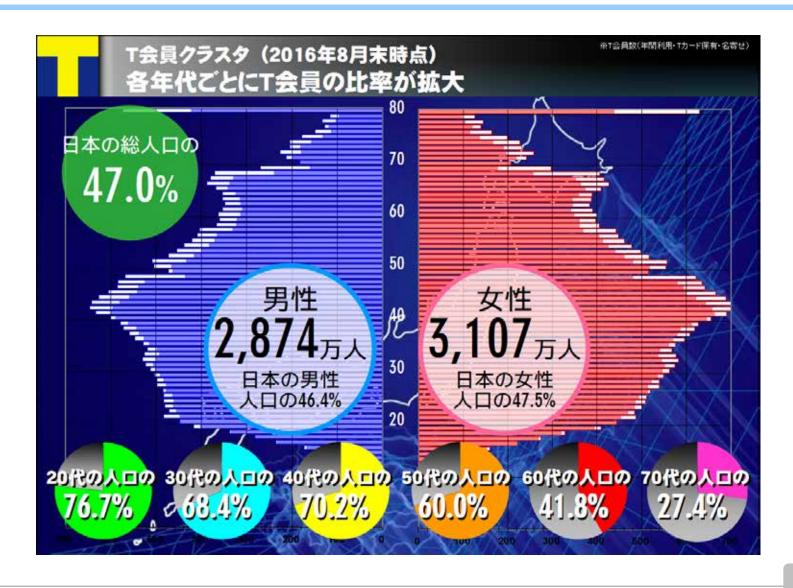


## Tカード : T会員の構成





#### Tカード: T会員の構成





#### Tカード : ポイントアライアンス

※2016年8月31日現在

#### Tポイント提携先(一部)

































































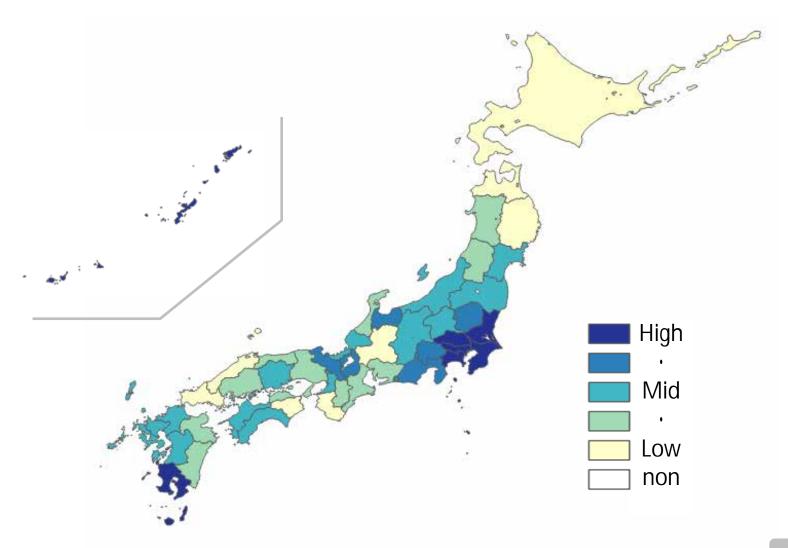




Tポイントアライアンス一覧:http://tsite.jp/pc/r/al/list.pl



## Tカード: 都道府県別のTカード会員化率 ※2016年8月31日現在





#### Tカード : T全数字サマリー

2016年8月31日現在

• 1年間にご利用いただいたT会員数(名寄せ後): <u>5,981万人(昨対比 + 8.4%)</u>(日本の総人口の 47.0%)

カード総発行枚数(名寄せ前):1億9006万枚

- T会員クラスタ: 男性 2,874万人(日本男性人口の46.4%)、女性 3,107万人(日本女性人口の47.5%)
- 20代人口の76.7%、30代人口の68.4%、40代人口の69.0%、50代人口の60.0%、70代人口の27.4%
- 1ヶ月間にご利用いただいたT会員数(名寄せ後):4,366万人
- 1週間にご利用いただいたT会員数(名寄せ後):2,705万人
- Tポイント提携先の企業数: 158社 564,123店舗 ( 貯まる49社、貯まる・使える82社、交換27 社 )
- Tカード月間利用件数: 3億4,452万件/月 2016年4月の数字
- Tポイント関与売上: 5,277億円/月 2016年4月の数字



#### T-POINT Price Index:取組みの背景

Tカードが日本人の4割を超えるお客様にお持ちいただくまで拡大したいま日々ご利用されるTカードのデータを社会へ還元していくことが 企業としての社会的責務と考え、TPIの作成と公表に至りました。



日本の消費金額 100% : 300兆円 内閣府 国民経済計算

家計調査(総務省統計局)0.01%1.03兆円(=300億円、1万世帯の調査から換算)

● Tカード 2 % : 6 兆円 (2016年)



#### T-POINT Price Index:Tポイント物価指数(TPI)

#### 日本全国のTポイント提携先を通じて 日々蓄積される購買価格データをもとに集計した CCCの"社会経済指数"







#### T-POINT Price Index:Tポイント物価指数(TPI)

#### 日本全国のTポイント提携先を通じて 日々蓄積される購買価格データをもとに集計した CCCの"社会経済指数"



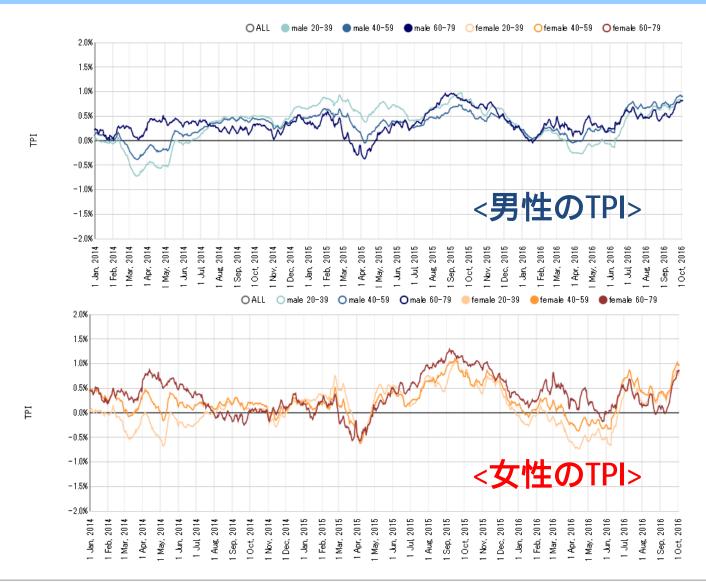
2015/4/24記者発表、6/30 指数公表を開始



http://www.cccmk.co.jp/tpi/ (指数公開先URL)

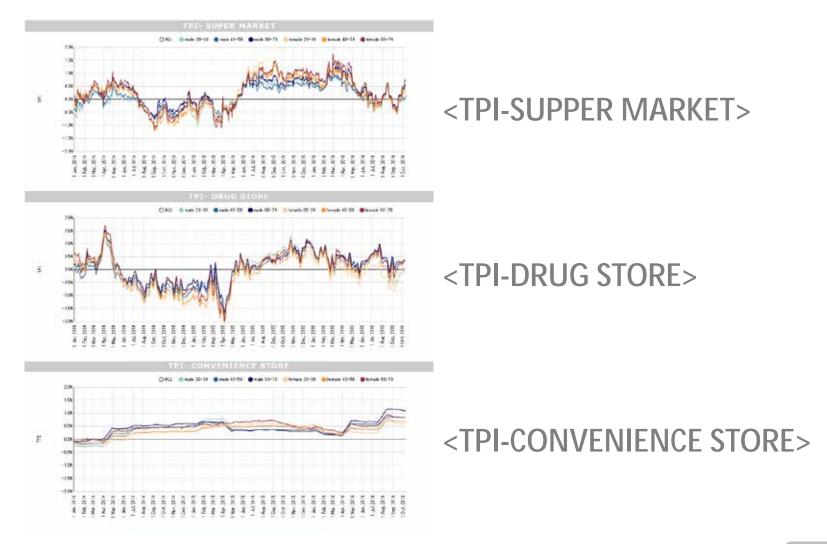


#### T-POINT Price Index: TPI-性別





#### T-POINT Price Index: TPI-業態別





#### T-POINT Price Index:TPIの特徴

#### 特徴1:性別・年代別の物価指数

例)年金受給で生活する「シニアの物価(60歳以上男女)」 例)家計の財布を握る「主婦の物価(40歳-59歳の女性)」

#### 特徴2:買値での物価指数(実態に近い?)

TPI: 買われた価格を計算

CPI (総務省):店頭の表示価格を調査

#### 特徴3:幅広い品目のカバレッジ

スーパー/ドラック/コンビニに加え、その他のTポイントカード提携先(現在は外食チェーン)



#### T-POINT Price Index:計算データの概要

- 1. 現時点でTPIが使用しているデータ: Tポイント提携先の「スーパーマーケット」「ドラックストア」「コンビニエンスストア」「外食チェーン」でTカードが関与した購買金額を収集。
- 2. 店舗エリア: スーパーマーケットでは首都圏・九州、ドラックストアでは関東・関西・九州、コンビニエンスストアと外食チェーンは全国。
- 3. TPIの対象商品数(SKU数): 約5万5000点、品目は580品目のうち 191品目を活用(総務省CPIを100%とした時のカバレッジは23.4%)。
- 4. TPIの計算には、消費税を除いた金額(税抜)を使用。
- 5. 特売商品は特別な考慮をしていませんが、前年と今年の両期に販売履歴が存在する商品は全てTPIの集計に活用。
- 6. TPIの対象としている会員の数および取引金額・利用件数は未公表。



#### ⊤ポイントが大切にしていること

#### CCCは個人情報保護法等に則り、

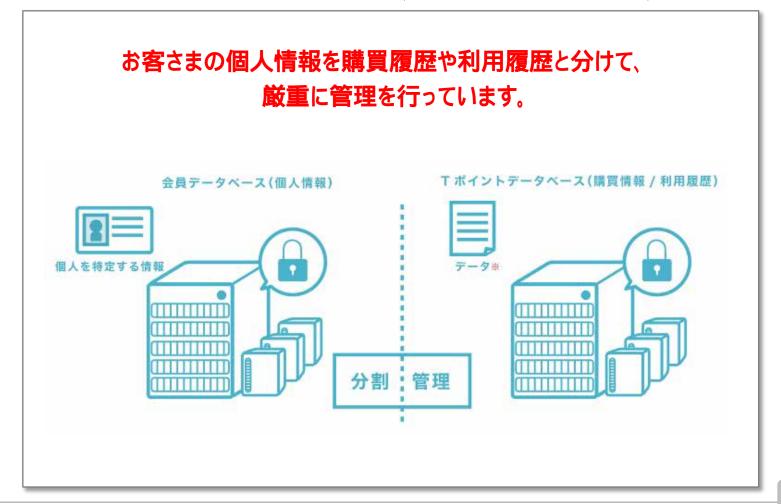
個人情報・購買履歴を厳重に、大切に取り扱っています。

ポイント提携企業様からCCCに提供される情報は、 T会員番号、日時、店名、金額、ポイント数、商品コードとなり、 お客さま個人を特定できる情報は含まれていません。



#### ⊤ポイントが大切にしていること

## CCCは個人情報保護法等に則り、 個人情報・購買履歴を厳重に、大切に取り扱っています。



#### ブランドステートメント

# CCC

Culture Convenience Club Co., Ltd.

## カルチュア・インフラを つくっていくカンパニー

私たちCCCは、店舗・オンラインサービス・カードサービス・ One to Oneマーケティングなど生活のあらゆるフェイズを通じ、 新しいライフスタイルを提案・実現しつづけることで、人と世の中を より楽しく幸せにする環境=カルチュア・インフラをつくっていきます。