



慶應義塾大学ビジネス・スクール

全日本空輸株式会社

5

—ノンエアー利用会員へのマイレージ戦略—

2010年度下期におけるマイレージ運営実績の総括をようやくとりまとめ、カスタマー部門長は、順調な会員基盤の拡大と優良顧客（プレミアム会員）の満足度向上を再確認し、まずまずの成果にひとまず安堵していた。しかし、繰越マイルの残高が前年よりもさらに増えたことが、一抹の不安を感じさせるのもまた確かな現実であった。

10

この下期は、景気の緩やかな回復に伴い、ANA マイレージクラブ（以下 AMC）会員の搭乗機会も復調しつつあった。新規顧客の囲い込みや上級会員増加のための様々な施策も、堅実に顧客基盤の拡大および航空収入と付帯事業収入の増加につながり、部門予算も無事に達成されるという好循環にあるように思われた。上級会員層も、期初こそ会員数が昨年を下回る低調なスタートであったものの、結果的に優良顧客であるプラチナ会員数は昨年と同水準まで回復し、アップグレード交換キャンペーンで他の既存プレミアム会員の顧客満足度を高めることもできた。一般の ANA カードへの入会者数も空港販促の強化や全体キャンペーンの実施により好調に推移し、上期に続き会員基盤を広げることができていた。もちろん中低頻度利用層の囲い込みや顧客満足度の向上にも余念はなく、クーポン特典を中心に小額特典の充実を図るなど具体的な施策を展開できていた。さらに、他社との提携戦略については、他の航空会社とのマイレージ制度に関する交渉もこれまでどおり順調に推移し、他業種とのノンエアー提携においても「一般提携」、および各業界の上位にいる百貨店、商事、カード発行会社、ホテルなどとの「戦略提携」も着実に成果が出てきている（図表 1）。しかし、マイレージモールやグルメマイルなどの「委託提携」は、マイル数にまだまだこれからの伸び代を感じさせた。

15

20

25

本ケースは、慶應義塾大学ビジネス・スクール教授 太田康広の指導のもと同研究科博士課程 村上敏也（D21/M32 期）がクラス討議の資料として作成した。本ケースは、経営の適否・巧拙を一切例示するものではない。

本ケースは慶應義塾大学ビジネス・スクールが出版するものであり、複製等についての問い合わせ先は慶應義塾大学ビジネス・スクール（〒223-8526 神奈川県横浜市港北区日吉4丁目1番1号、電話 045-564-2444、e-mail:case@kbs.keio.ac.jp）。また、注文は <http://www.kbs.keio.ac.jp/> へ。慶應義塾大学ビジネス・スクールの許可を得ずに、いかなる部分の複製、検索システムへの取り込み、スプレッドシートでの利用、またいかなる方法（電子的、機械的、写真複写、録音・録画、その他種類を問わない）による伝送も、これを禁ずる。

30

Copyright© 太田康広・村上敏也（2014年6月作成）