



慶應義塾大学ビジネス・スクール

東急沿線プレミアムチケット PONiTS（ポニッツ）

5

2010年11月、イツ・コミュニケーションズ株式会社（イツコム）の井村哲郎は12月にサービス開始を予定しているEC事業「PONiTS（ポニッツ）」を成功させるために、最後の詰めを行っていた。

ケーブルテレビ会社のイツコムとしては、初めての異分野での新規事業ということもあり、社内的な注目度も高かった。同社はこの事業を立ち上げるために社員を9人も配置するという、人手不足の社内であって異例の措置をとった。ただし、その人員は殆どがメディア部門の社員であり、イツコムの主力事業の営業部門からの人材輩出はなかった。このような状況の中、実質4ヶ月足らずで事業の立上げを行い、強豪ひしめく市場で勝ち抜いていかなければならない。11月末の時点で、この事業が成功するかどうかは全く分からなかった。成功しない時は早期の撤退も視野に入れた事業判断が行われることは確実であった。

10

15

新しい事業形態 “フラッシュマーケティング”

ポニッツは“フラッシュマーケティング”という2010年に話題となった事業形態であった。フラッシュマーケティングとはネット環境でTwitterやFacebookなどにより情報を拡散させて、発売と同時に一気に完売を目指す手法である。情報を拡散させるため、さらには一気に売り切るためにレストランや美容院などのサービスを定価の50% offなど大幅な割引に設定する。そして、その格安チケットを販売時間、販売枚数を限定してプレミアム感をつけて販売する。ただし、そのチケットが成立するためには、最低何枚以上が販売されないと成立しないという条件がある。このことから日本では「共同購入クーポン」というサービス名で呼ばれている。2010年当時、情報拡散のツールであるTwitterが急速に普及しつつあったが、Facebookはまだ黎明期であり、利用者はそれほど多くない時期であった。

20

25

アメリカのネット新興企業グルーポン社が始めたこのサービスは、サイトのシステム設計が簡単であっ

本ケースはイツ・コミュニケーションズ(株)井村哲郎によって作成された(編集 余田拓郎)。

本ケースは、クラス討議の資料として作成されたものであり、経営管理上の適切または不適切を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 © 井村哲郎、余田拓郎（2016年8月作成）