

# J-D Lounge

J-Debit 会報誌 (季刊)

2009 秋 (季刊誌 1・4・7・10月発行)

J-D Lounge は会員の皆様と協議会を結ぶ会報誌として、年4回の発刊を予定しています。

J-Debitについて自由に語っていただくラウンジのような情報誌を目指します。

vol.15

INTERVIEW

特集：「私とカード社会」

**J-Debit を利用することが、そのまま社会貢献活動につながる。  
そういうポジティブなイメージが広がると、  
このカードはもっと普及すると思います。**

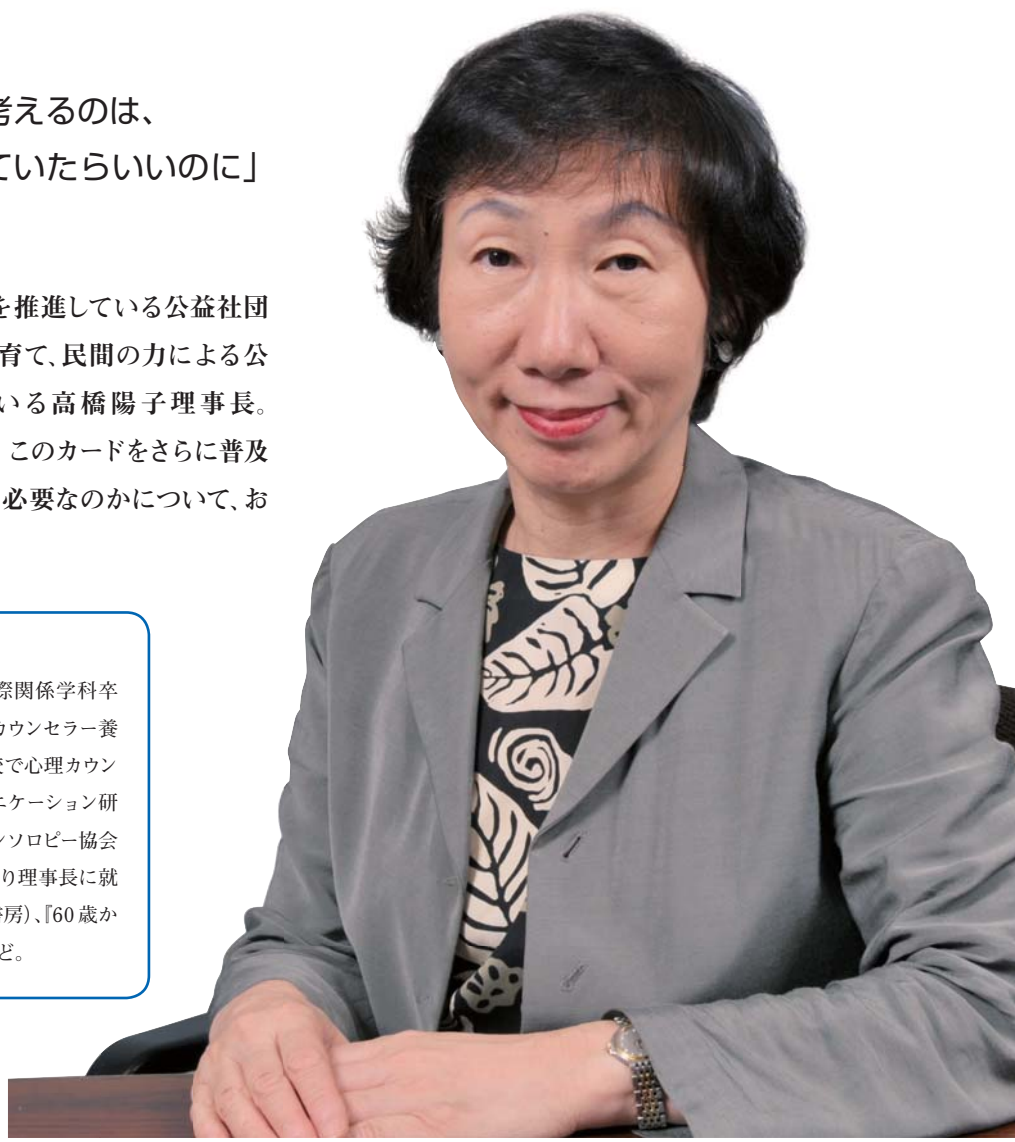
公益社団法人日本フィランソロピー協会 理事長 高橋 陽子

J-Debitを使う時に私がいつも考えるのは、  
「このカードに寄付機能がついていたらいいのに」  
ということです。

企業の社会貢献、個人の社会参加などを推進している公益社団法人の理事として、「日本に寄付文化を育て、民間の力による公益活動を育てること」に力を注いでいる高橋陽子理事長。J-Debitを使っているという高橋さんに、このカードをさらに普及させて行くにはどのような視点や工夫が必要なのかについて、お話をうかがいました。

〈プロフィール〉 高橋陽子さん

岡山県生まれ。1973年、津田塾大学学芸学部国際関係学科卒業。1985年、上智大学カウンセリング研究所専門カウンセラー養成課程修了。1991年まで、関東学院中学・高等学校で心理カウンセラーを務める。また現在、中京女子大学コミュニケーション研究所客員教授等を務める。1991年より日本フィランソロピー協会に入職。事務局長、常務理事を経て、2001年6月より理事長に就任。主な編・著書に「フィランソロピー入門」(海南書房)、「60歳からのいきいきボランティア入門」(日本加除出版)など。



# ショッピング総額の0.5%を自動的に寄付する。 「寄付の文化」を育てることができると思います。

## 若い世代の人たちに、最適なカードシステム。

知人に教えてもらってから、ショッピングなどの際にJ-Debitを使うようになりました。それまでは自分がデビットカードを持っていることに気づいていませんでした。銀行に行っても、買い物しても、だれも教えてくれないから…。



でも、このカードはいいですよ。使いすぎる心配がない。大学生のような若い世代の人たちに、最適なカードシステムだと思います。

「使いすぎる心配がない、だからカード破産なんていうこともない」といったネガティブなメリットではなく、もっとポジティブなメリットを訴求していくと普及が進むでしょうね。土日や夜間でもATMのように手数料がかからないということも利用者にとってポジティブなメリットですが、インパクトが小さい気がします。もっと若者に受けるような機能を付加して、PRするといいいのではないのでしょうか。

たとえばJ-Debitを使う時に私がいつも考えるのは、「このカードを利用することが、社会貢献活動に結びつければいいのに」ということです。

私が理事を務めている日本フィランソロピー協会とは、一言でいうと企業の社会貢献、個人の社会参加などを推進している公益社団法人です。公益活動といえば、日本はこれまでほとんどすべてが行政依存でした。税金さえ払えば、公的なことはすべて役所がやってくれる…自分たちは稼げばいいんだという考え方が、それが行きすぎ、今、見直されつつあります。

その理由は、人口構造が変わってきて行政依存型では社

会を支えきれなくなったこと、価値観が多様化して皆が豊になり求めるものの変化してきたこと、グローバル化の波が押し寄せてきたこと、環境問題など待ったなしの問題が迫っていることなどが挙げられます。

想像できないような社会的変化が起こっている中で、行政に頼っていたのではカバーしきれない不具合がたくさん出てきました。そこで企業や個人など民間の力を活かして、多様な公益活動を推進していこうというのが、フィランソロピーの基本的な考え方です。

## 寄付とは、お金の信頼を乗せて循環させること。

「民間でがんばりましょう。企業や個人が公益を担いましょう」といきなり言っても、具体的に何をどうしたらよいかわかりませんね。そこで私たちの協会では、企業や個人から寄付の形でお金をいただき、多様な活動を行っているNPOなどの中から、寄付していただいた方の意向に沿った団体を選び出し、寄付金を分配してその活動を支援します。たとえば1億円を寄付していただいたら、北海道のバリアフリーの小さなホテルに1,000万円、子供や高齢者に優しい街造りを進めている団体に1,000万円、ネパールで障害児の学校を運営しているNPOに1,000万円…という具合に、分配していくのです。

そこで「寄付」と言うことですが、提案したいのは、J-Debitを使った寄付。

社会貢献というと、寄付をしたりボランティアとかいろいろあるわけですが、ボランティアは「行動することで褒められたり感謝される」ことも多くなってきました。ところが寄付というのは、意外と悪口をいわれてしまうんですね。

「何か変なことで稼いだんだろう」「悪いことをした免罪符でやってるんだろう」とか「そんな身分でいいな」「寄付するくらいなら給料をあげてくれ」という感じで「寄付=いいこと」とならない。日本人の心の中には、寄付に対してねじれた感情があるようです。

# 寄付先を選べるようにすることで、

でも寄付の文化を広げていかないと、税金だけに頼っていたのでは、時代の変化に応えられるような公益サービスが育ちません。

寄付のよさとはどこにあるかという「相手を信頼して委ねる」という部分にあると私は思っています。ボランティアだと汗をかくて気持ちいいとか、相手が笑顔でありがとうといってくれたと、その場で答えをもらうことができます。これに対して寄付は、ある活動をしているNPO等の人たちを信頼してお金を出すわけです。するとNPOの人たちは、信頼してもらったのだから、よりよい活動をしようとかんがえます。支援を受けた人たちは、その活動に感謝して、自分たちもこうした活動をサポートできる立場になろう、寄付できるようになろうとかんがえます。

よい循環が生まれる。人と人との絆が生まれる。それが寄付なのです。私は、お金の信頼を乗せて循環させることが「寄付」だと考えています。

つまりお金というものは、精神性とか善行と別にあるものではなくて、信頼をそれに乗せてまわすことができる。普通の人が日々の暮らしをちゃんとしながら、一方で寄付という形で社会に貢献する。そういういいモデルを日本にたくさん作りたいのですが、J-Debitはうってつけのような気がします。その一番の理由は、J-Debitを利用している人は若い人が多いということです。

## 買い物金額の0.5%程度を寄付するような仕組みを作る。

大人には寄付に対する偏見が根強く、多額の寄付をしたことが公表されると身内などから嫌みを言われたり、嫌がらせされたりするケースがあります。

これに対して若い人たちは、素直です。「かわいそうだな。何とかしたいな」と感じたら、寄付をしたり、活動に参加しようとしています。

日本フィランソロピー協会でも「まちかどのフィランソロピスト賞」の中で青少年の部を立ち上げましたが、若い世代の意識はかなり変わってきていますね。大人の意識を変えようとして

も、なかなか困難なので、まず若い人たちに働きかけて協力してもらおう。すると大人も「若い人がやっているから、自分もやらなければ」と変化していく。社会の変化の仕方って、そういう部分が多いと思うのです。

そこでぜひ、J-Debitに寄付機能を持たせて欲しいのです。

買い物をした時に、その0.5%程度を寄付するような仕組みを作る。しかも、どのような活動やNPOに寄付するかを、多くの選択肢の中から自分で選ぶことができるようにする。さらにショッピングのたびに「あなたは今いくら寄付しました」「あなたの寄付金合計がいくらになりました」ということがわかるようにします。J-Debitを使っている人たちの寄付金総額がいくらになったといった情報も、携帯電話などを通して伝えられたらいいですね。

一人一人の金額はそれほど大きなものにならなくても、J-Debitを使っている人たちが集まれば大きな額になるはずで。カードを使うことでつながりができるとしたら、とても素敵なことでしょう。友達が増えていくような感覚になるといいませんか。



寄付の欠点は面倒くさいということですが、面倒くさいを取り払うと寄付しやすくなります。だからパソコンや携帯電話のクリック募金がうけているわけです。その点でも「買い物をすると自動的に寄付できるシステム」は、受け入れられやすいと思います。

先ほど、若い人たちが変わりはじめてるといいましたが、彼ら・彼女たちの意識の中には「寄付は、かっこういい」という認識が育ちはじめています。寄付をすること、つまりJ-Debitを使うこと＝格好いいこと。そういうポジティブな意識がどんどん広まることで、J-Debitは普及していくのではないのでしょうか。

## 小田急百貨店



### 土曜日曜のご利用が多いこと、 クレジットに比べて平均単価が高いことなどが、 J-Debit の利用傾向です。

創業は昭和36年(1961年)。新宿店、町田店、藤沢店の3店舗を持ち、売上高1793億8,700万円(2007年)を誇る小田急百貨店は、小田急電鉄(株)を中心とする小田急グループの一翼を担う存在として、「お客様の豊かな生活に貢献する」を経営理念として掲げてきました。2000年からJ-Debitを導入している同社で、現在どのような利用実態なのか、またJ-Debitをより普及させるためにどのようなアイデアが考えられるかなど、営業政策・広報部 営業政策担当の四ヶ所氏にお話をうかがいました。

#### ● J-Debit の平均単価は、約2万6,000円。

お客様の豊かな生活に貢献するという経営理念にも表れているように、私たちは常にお客様の利便性を高めることを意識してきました。2000年3月というかなり早い段階でJ-Debitを導入したのも、決算システムを多様化することでお客様に便利にお買い物をしていただきたいという理由からでした。



現在、従来のポスに加えて、2年半前に導入したモバイル型の端末を使用してカード決済を行っています。モバイル型端末は目の前で決済を行うため、お客様にとって非常に安心感があるようです。

J-Debitの利用率は、全売上の1%程度。決済回数にすると3店舗で月平均4,500件ほどです。平均単価は、直

近で約2万6,000円となっています。クレジットカードの平均単価が約1万1,000円ですから、それに比べるとかなり高い金額になっていますね。

#### ● 窓口やATMコーナーでの利用促進キャンペーンに期待。

J-Debitを利用しているお客様は、印象として20代から30代の女性が多いような気がします。商品としては化粧品や婦人服などが中心です。

ATM手数料がかかる土曜、日曜のご利用が多いことから、J-Debitのメリットをよく知っている方が、使われているのだと思います。

J-Debitには手数料がかからない、現金を持ち歩かずに済むというお客様にとってのメリットがあります。加盟店としても、クレジットカードに比べて手数料が安いのが魅力です。とても便利なシステムですが、まだ認知度が低いのが残念な点だと思います。

お客様がキャッシュカードを利用する機会が多いのは、圧倒的に銀行です。ですから銀行の窓口やATMコーナーで、J-Debitの利用促進キャンペーンを行うことが、認知度アップ・利用促進につながるのではないのでしょうか。流行を創りだしていくのは、常に若い年齢層ですから、ターゲットを若年層に絞り込み徹底的にPRしていくことも有効かもしれませんね。

# 冬のキャンペーンのお知らせ

ご好評いただいた夏のキャンペーンに続き、J-Debitご利用者へ現金や素敵な商品をプレゼントする「J-Debit使ってトクトクキャンペーン! '09冬」を実施いたします。

本年はJ-Debitのサービス試行開始から10年という節目。本キャンペーンを積極的にご活用いただき、年末の売上拡大にお役立てください。

(10月中旬に、ポスター、応募ハガキ兼用リーフレットを会員様に発送する予定です)

## 現金または人気の家電・グルメが当たる! 「J-Debit使ってトクトクキャンペーン! '09冬」

キャンペーン期間	2009年11月1日(日)~12月31日(木)
応募条件	キャンペーン期間中に、J-Debitご利用1回あたりの金額が5,000円以上(税込み)で1回のご応募が可能。抽選で現金または人気の家電・グルメをプレゼント。
プレゼント内容	<p><b>A 現金コース</b></p> <p>1等…10万円×10名様 2等…3万円×20名様 3等…1万円×20名様</p> <p><b>B 人気の家電・グルメコース</b></p> <p>1等…10万円相当人気のキッチン家電(シャープ ヘルシオ)×20名様 2等…5万円相当ウィルス対策家電(ダイキン 空気清浄機)×20名様 3等…5,000円相当お取り寄せグルメ(ごっつお便)×200名様</p> <p>各コースの抽選からもれた方には、さらに抽選でデビット王子オリジナル図書カード(3,000円分)を<b>400</b>名様にプレゼント。</p>
応募締切	<p>第1回目…2009年11月30日(月) ※ハガキでの応募は12月3日消印有効</p> <p>第2回目…2009年12月31日(木) ※ハガキでの応募は1月4日消印有効</p>
応募方法	パソコン、携帯電話、専用ハガキ、郵便ハガキでご応募できます。



● リーフレット



● ポスター



● キャンペーンサイト

## 事務局からのお知らせ

### ● J-Debit使ってトクトクキャンペーン!'09夏 結果報告

本年7月1日～31日に実施した「J-Debit使ってトクトクキャンペーン!'09夏」の応募総数は11,273件(前年6月比214%)で、その内訳は、ハガキでの応募が7,762件(同279%)、PCサイトからの応募が2,484件(同136%)、携帯電話からの応募が1,027件(同152%)と、すべての応募方法で、著しい伸びを示しました。

ハガキ応募増加の背景としては、昨年携帯型決済端末を導入された生命保険会社様での契約時の積極的なキャンペーン応募への働きかけや、一部加盟店様でのこれまで以上の積極的な店頭での取組みが奏功しているものと考えられます。ちなみに、パソコンと携帯電話からの応募者にお聞きした「本キャンペーンを何でお知りになり

ましたか?」の回答は、加盟店の店頭(55.2%)、協議会HP(16.7%)、インターネット関連情報(11.1%)の順で、店頭でのキャンペーン訴求が重要であることが伺えます。引き続き本キャンペーンへのご協力をお願いいたします。

また、キャンペーン訴求媒体として、Web媒体への出稿を行っておりますが、PCサイトと携帯電話からの応募増につながっており、アンケート結果からもインターネットメディアを通じた認知が今後ますます有効になってくると思われます。会員の皆様におきましては、自社ホームページからのリンクやメールマガジンでのキャンペーン告知など、是非ご協力をお願いいたします。

〔アンケート結果/PC版アンケート集計…2009年7月1日～2009年7月31日応募受付分〕

Q 本キャンペーンのことは何でお知りになりましたか? (複数回答可)

加盟店の店頭	金融機関の店頭・ATM	電車内広告	テレビ	新聞	雑誌	インターネット関連情報	日本デビットカード推進協議会HP	その他	総合計
1,461	212	23	5	8	2	295	442	199	2,647
55.2%	8.0%	0.9%	0.2%	0.3%	0.1%	11.1%	16.7%	7.5%	100.0%

● 男女分布 : はがき、PC、携帯

	ハガキ	PC	携帯	総合計
男性	3,245 (62%)	1,592 (30%)	399 (8%)	5,236
女性	4,494 (75%)	892 (15%)	628 (10%)	6,014
不明	23	—	—	23

## セキュリティ監査の実施について

平成21年度のセキュリティ監査につきましては、今年は7月上旬に実施のお願いをさせていただきましたが、会員様におかれましては、お忙しい中をご対応いただき誠にありがとうございました。

なお、ご対応いただきました会員様には、順次、審査結果をご報告させていただきますので、よろしくお願い申し上げます。

また、未対応の会員様は下記のURLよりご対応いただければ幸いです。

<http://www.debitcard.gr.jp>



会員の皆様からの J-Debit に関するご質問や本誌に掲載して欲しい内容等、ご意見をお待ちしています。電話、FAX、メールなどお気軽にお寄せください。

キャッシュカードでも  
払えるんです。



## 日本デビットカード推進協議会 事務局

〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-2 NTTDATA 大手町ビル 10F  
TEL: 03-3243-0781

URL <http://www.debitcard.gr.jp/> メールアドレス: [info@debitcard.gr.jp](mailto:info@debitcard.gr.jp)  
月～金 9:30～18:00 (振替休日・12月29日～1月3日は除く)