

## 2. J-Debit 導入事例の紹介

### Fukuya 福屋様

広島市内の目抜き通りの八丁堀に本店を構え、今年で創業75周年を迎えるデパートの老舗、福屋様のデビットカードの利用促進策とJ-Debitトクトクキャンペーンの取組みを紹介します。  
今回は、営業企画課長 岡本 恵一様にお話をお伺いしました。

### ■ デビットカードの利用促進

中国四国地方のデパートの中でナンバーワンの売上げを誇る福屋は、お客様第一主義をモットーに、店内は高級感があふれ、売場はゆったりと広めに心を掛け、通路スペースのそこかしこに休憩用のチェアを配備するなど、きめの細かいお客様サービスを実践しています。常にお客様の声に応える努力を惜しまず、決済手段の多様化にも積極的に対応してきました。広島市内の同業他社に先駆けてデビットカードの導入を決定し、2001年4月から本格的にサービスを開始しました。デビットカードを利用しても現金でお買物をした場合と同じポイントが付与されるというメリットもお客様には好評です。

また、デビットカードの利用促進を図るために、デパート独自で制作したロゴスタンドを各売場のレジ回りの目立つ所に配置しています。館内放送の空き時間を利用して、「福屋では金融機関のキャッシュカードでお買物ができます」というご案内を流し、一人でも多くのお客様にデビットカードを利用してもらう努力を続けています。専用のちらしを作成するなど複合的な告知効果により、デビットカードの取扱は毎年130%以上の伸びを示しています。



<専用ちらし>



<福屋の館内>

### ■ トクトクキャンペーンの取組み

J-Debitトクトクキャンペーンを販売促進に有効に活用し、各レジのカウンターにはキャンペーン用のチラシと応募ハガキを置いて、利用者への告知を励行しています。

2002年度のキャンペーンから特に力を入れ始め、その効果から、広島県内からのキャンペーンの応募が前回の全国17位から6位へと飛躍的にアップしました。デビットカードの取扱方法やトクトクキャンペーン等の周知徹底を図るため、福屋独自の社員用J-Debit対応マニュアルを作成し、売場担当者へ配布するなどの工夫を重ね、社員教育にも力を入れています。

### ■ デパートでの利用状況

福屋でのデビットカードの利用は男性よりも圧倒的に女性が多く、年齢層は若年のOLからシルバー層まで幅広く利用されています。売場としては婦人服、婦人靴、化粧品、贈答品などでの利用が多く、比較的高額商品での決済が目立っています。利用時間、曜日では夜間と週末の利用が多く、ATMで現金を引出すと手数料がかかる時に、デビットサービスを利用すれば手数料がかからないということを知っているお客様によく利用されています。利用者の特徴としては、1回デビットカードを利用すると次回もデビットカードでというリピーターのお客様が多く、デビットカードの認知が広まれば、もっと多く利用されるようになるとのコメントを売場の方からいただきました。

### ■ お正月はキャッシュカードでお買物

お正月の3が日はデパートにとって初売りの時、すべてのキャッシュカードがこの期間に利用できるようになり、「お正月はキャッシュカードでお買物」というようなコピーで告知宣伝を行えば、利用率も各段に上がるのではという貴重なアドバイスをいただきました。また、デパート内にある飲食店は夜10時までの営業で、デビットカードを使おうとする際、利用時間外で使えないというお客様からのクレームがあります。対応する店員にとっても「このキャッシュカードはご利用できません」と回答するのが心苦しくもあり、利用時間帯のコアタイムを延長してほしいという強い要望もありました。



<福屋の館内>

### <企業概要>

名称：福屋  
資本金：4億3千万円、社員数：811名  
年間売上額：646億円、店舗数：14店舗

## 協議会からのお知らせ

(会員規程の改正) 2003年9月と10月の理事会で会員規程第1条2項(2)の正会員資格の条文が改定され、正会員資格を満たす加盟店の持株会社が正会員になることができます。また、第1条6項の条文が追加され、正会員になった持株会社の傘下の加盟店は準会員または登録加盟店になることができます。

(監事の交代) 2003年11月の理事会で、りそな銀行様から損保ジャパン様への監事の交代が承認されました。