

## 2. J-Debit導入事例紹介



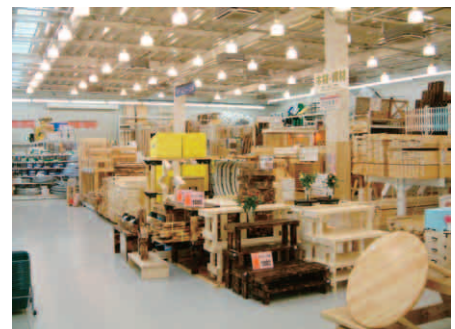
日本の象徴「富士山」、その南麓の工業都市である富士市は古くから製紙産業が盛んで、現在でも紙の生産量は日本一を誇っています。また、富士市には、百人一首で有名な「田子の浦」があり、あの有名な「竹取物語」発祥の有力な候補地としても知られています。

今回は、静岡県の富士市に本社を置き愛知県・千葉県に地域密着型のホームセンターとして、現在、グループで34店舗を運営する株式会社エンチョーの営業推進室チーフマネージャー池谷様にJ-Debitの導入についてお話を伺いました。

### ■ 地域密着型のエンチョーとJ-Debit

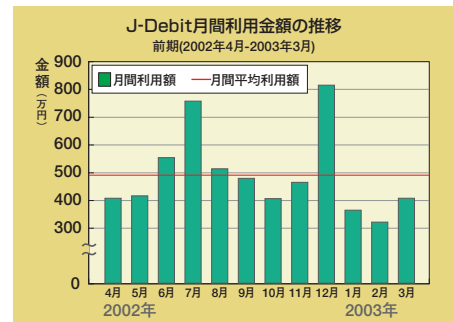
1939年、材木の取り扱いからエンチョーの歴史はスタートしました。時代の変化に対応しながら、DIY (Do It Yourself: 快適な住まいと暮らしを自分達の手で作る) 事業を基幹とし、常に「暮らし」、「生活」をテーマに消費者への提案をし続けています。ホームセンター事業は2004年に30周年を迎え、公的資格であるDIYアドバイザーの有資格者が社員の中に500人在籍し、地域密着型ホームセンター事業としてますます成長し、現在では年間1,600万人を超える来店数を誇っています。

エンチョーは2000年3月に、グループ全店にJ-Debitの一斉導入を実現しました。一斉導入をした意図には、店舗間における提供サービスの格差を無くし、平日はもとより土・日に集中する来店客に対する釣銭(両替金)の準備や店舗内における現金を削減し効率化を図り、さらに、お客様の立場に立ち現金の持ち歩きリスクやCD/ATMでの手数料負担を少しでも軽減できればという思いがありました。消費者と企業の双方に安全性という大きなメリットが広がることを確信し、J-Debitの導入に踏み切りました。



### ■ 安定した利用率

ここ数年の傾向として、お客様が一度に決済するJ-Debitの平均利用金額は約4~6千円で推移しています。現在、エンチョーグループ内におけるJ-Debitの月間利用金額は平均して約500万円で、夏・冬のボーナス商戦時期には約700~800万円になります。月毎の大きな変動はなく、年間の利用件数もJ-Debit導入以来、安定した利用状況で推移しています。各店舗は定期的に利用いただくお客様比率が高いこともあり、エンチョーでは、一度J-Debitサービスを利用した消費者がリピータとなって、J-Debitサービスを利用している証であると分析しています。現在は現金支払比率が断然多い状況下ですが、現金決済が多いからこそJ-Debitサービスが活きる場として安定定着させることができます。



また、エンチョーでは静岡県を中心として店舗展開をしている関係から、決済手段のマーケットモデルとしても大変興味深い傾向が出ています。静岡県は現金決済が好まれる土地柄と言われていますが、大井川を境にして東西のお買い物のスタイルが異なり、東側(関東側)ではキャッシュレス(J-Debit・クレジット)に抵抗がなく、西側(中部側)では現金が今でも主流になっています。その傾向を反映し、エンチョーにおけるJ-Debitの利用も、そのほとんどが東側に展開している店舗に偏ったものになっています。



### ■ 利用拡大への課題

エンチョーは元旦と年2回の棚卸日(計3日)が全店定休日となっており、年間を通して無休に近い営業をしています。そのため金融機関のサービス提供時間帯が問題で、特に年末年始の一部の金融機関のサービス停止がJ-Debit利用の阻害の要因のひとつになっているとの指摘がありました。

また、PIN入力による認証も、暗証番号が苦手な年配の方には敬遠される理由となっているようです。