

## 2. J-Debit導入事例紹介



MIZUHO

みずほインベスターズ証券株式会社

バブル崩壊後の長引く不況、ビックバンと呼ばれるさまざまな制度改革、そして業界再編が続く厳しい環境下にある証券業界も、それぞれの特色を活かした経営をすすめ、ようやく明るい兆しが見えてきていると言われています。

今回の取材では、お客様本位のサービス向上に力を入れているみずほインベスターズ証券様を取り上げ、J-Debitの導入について本社（広報・IR室、業務企画部）の皆様と、現場を代表して逗子支店の皆様のお話を伺いました。

### ■お客様本位の経営

みずほインベスターズ証券は、大正11年の設立以来、お客様とのコミュニケーションを大切にする企業風土を守り、「実りある未来、あなたとともに」をスローガンに、良質の金融サービスの提供に努め、「お客様に最も信頼される証券会社」を目指しています。

同社は、FIT（F:Face to Face…店舗、I:Internet…インターネット、T:Telephony…コールセンター）と呼ばれる個人投資家向けのサポート体制を敷き、お客様一人ひとりにフィットしたサービスを提供しています。また、新しい形態の共同店舗「プラネットブース（証券投資のご相談窓口）」を、みずほ銀行ロビー内に設置するなど、気軽に資産運用の相談ができる体制を整え、お客様の利便性向上につながるサポート体制を強化しています。

### ■J-Debit導入

同社のJ-Debitサービスは、一部の支店での先行導入を経た後、2003年5月より全店での取扱いをスタートしました。当時の証券業界は現金取扱比率が大変高く、J-Debit導入前には現金での決済比率が40%以上（同社の入金時平均値）で推移していました。お客様においてはわざわざ銀行に行って現金を引き出し、あらためて来店いただく煩雑さ、そして社内では入金業務に係る作業の増大や現金滞留のリスクなど、さまざまな問題点がありました。社会的背景として、ひったくりなどの犯罪が多発しており、お客様へのサービス向上と安全面でのご提案、そして社内業務効率向上を目的に、現金取扱比率を下げる取組みを始めました。その目的を達成させる有力な手段としてJ-Debitを導入し、81台の携帯型端末を全国の拠点60ヶ所に配備しています。

J-Debitの活用効果もあり現在では、現金での決済の割合は導入当初と比べて大幅に低下し、社内での目標を大きくクリアしています。この間、本社ではJ-Debit利用促進のサポート施策として、店内ポスターの制作や、独自にJ-Debitサービスを解説したチラシの作成、さらに定期的にお客様へ配送する報告書や会報などにもJ-Debitの情報を盛り込むなど、サービス啓蒙に努めています。

しかし、お客様に利用していただくにあたっての一番の特効薬は、やはり現場での社員の努力といえるでしょう。常にお客様の目に付くところにチラシをおき、繰り返しサービスの内容を説明して、利便性を実感していただくよう努めており、「やっぱり、営業マンが行う対面での説明が一番です」という声も社内には上がっています。

Face to Face営業を重視している同社の自信が窺える意見と言えるでしょう。

### ■J-Debit導入効果

その他にもJ-Debitサービス導入の効果も出ています。現金で入金された場合と、J-Debitを利用の場合では実務作業の違いは明らかです。取引に用意される現金は、少なくとも数十万円、場合によっては百万円単位にもなります。現金をその場で数えるため、その間お客様との会話が一切なくなりますが、J-Debit決済ならばキャッシュカードを端末に通し、暗証番号を入力するだけで決済が完了するので、お客様とのコミュニケーションが中断されることなく、これまでより多くの時間を割くことができました。

また、社内での事務処理においても現金をあらためて数える手間や、銀行へ入金処理を行う回数も削減できました。銀行への入金処理の頻度は導入前は1日2回実施していましたが、現在では週に1回程度まで減少し、事務処理効率の向上にもその効果は確実に出ています。

### ■逗子支店での利用事例

逗子は首都圏エリアでは、比較的富裕層が多く住む地域で、株式投資も資産運用の重要な選択肢として活用している方が多いという特色があります。逗子支店では逗子、横須賀、三浦、藤沢エリアを総勢33人のスタッフで担当し、営業マンによる訪問



<J-Debitチラシ>