南の街は多機能 IC カードで商店街活性化

宮崎市商店街振興組合連合会

機関名	宮崎市商店街振興組合連合会	
所在地	宮崎市橘通東１－８－１１	
電話番号	０９８５－２３－４７５６	
地域概要	(1)管内人口　　３０万６千人	(2)管内商店街数　　商店街
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数　　１０商店街	(2)会員数数　　４５５商店
	(3)空店舗率　　５％	(4)大型店空き店舗　　店
商店街の類型	1.超広域型商店街　2.広域型商店街　(3.地域型商店街)　4.近隣型商店街	

【事業名と実施年度】

平成 12 年度　　活性化対策事業　　多機能カードシステムの構築
　　総事業費　　４１，３９３千円
平成 13 年度　　活性化対策事業　　多機能カードシステムの構築（駐車場ポイント連携）
　　総事業費　　５２，０１０千円

【事業実施内容】

１．背景

宮崎市は、宮崎平野の南部に位置し、長い海岸、温暖な気候風土に恵まれた南国色豊かな都市である。

宮崎市商店街振興組合連合会（以下「商振連」という）は、傘下の各商店街の売上の減少、平成 12 年のイオン系大型店の振興組合からの脱会等による組合費の減少といった非常に厳しい経営環境に晒されている。

こうしたなか、経営基盤が脆弱な中小小売業者が競争力の向上のために情報技術を導入し、商振連と商店街が一体となってカード事業を実施することは、顧客流出と商業地盤沈下の防止に有効な方策であるであると考え、商振連では２ヶ年にわたる事業として平成１２年度は第１ステップとしてクレジットカードおよびデビットカードサービス業務の一括処理システムの構築、平成１３年度は第２ステップとして地域間競争に打ち勝つためと顧客の囲い込み戦略を行うためにＩＣカードによるポイントサービスのシステム構築に取り組み、各商店街の売上の向上

宮崎中心街の地図

を目的とした。

２．事業の内容

（平成１２年度事業）

クレジットカード・デビットカードサービス機能への対応

①クレジットカードおよびデビットカードサービスの一括処理システムを構築した。

②商店街をバックに商振連がクレジット会社および銀行とクレジットの一括契約をすることにより手数料率の低下を図った。

中心市街地の道路

＜契約クレジット会社＞

・㈱オーエムシーカード
・㈱ジェイシービー
・シティーコープダイナースクラブジャパン㈱
・アメリカン・エキスプレス・インターナショナル・インコーポレイテッド
・国内信販㈱

＜契約金融機関＞

・㈱宮崎銀行

（平成 13 年度事業）

ポイントサービス、共通駐車券サービス、プレミアムプリペイドサービスのシステム対応

IC カードによる共通ポイントサービス、個店ポイントサービス、共通駐車券サービス、プレミアムプリペイドサービスのシステムを構築した。本事業は、宮崎市の TOM の構想の中でソフト事業の中核事業として位置づけられており、多目的で広域なカードシステムの構築を目指した事業である。

商店街 IC カードの会員の購買履歴等の管理を行う「商振連」のパソコン

①商店街 IC カードの開発（ハードは大日本印刷、ソフトは NTT データが開発）

・共通ポイント（アクアリング）、個店ポイントの２種類の買物ポイントを蓄積する機能を

持ったICカードの開発。
・按分方式に対応した共通駐車券ポイントを蓄積する機能を持ったICカードの開発。
・プリペイド機能を持ったICカードの開発。

②商店街の連携によるこのような顧客サービスへの取り組みにより、中心商店街への吸引力を回復し、販売機会の増加と販売促進を図るため次の業務を行うためのシステムを構築した。

・共通ポイントサービス業務
消費者の買上げ金額に応じ手商店街ICカードに共通ポイントを記録しポイントに応じた商店街共通の特典（キャッシュバック機能、カード 4000 枚（現在）、20,000枚目標）

・個店ポイントサービス業務
消費者の買上げ金額に応じて商店街ICカードに個店独自のポイントを記録し、各個店でのポイントに応じた特典と交換できるサービスの提供（1会員のICカードに50店の登録）。

店内に設置されたカード端末

商店街ＩＣカード概念図　４つの機能の一体化
（オールマイティーカード）

①共通ポイント機能	③共通駐車券機能 （様々な支援サービス含む）
②個店ポイント機能 ５０商店のワク （個店独自のポイント）	④プリペードカード機能 （平成１４年実施予定）

・共通駐車券（駐車券・バス券・タクシー券）ポイントサービス業務

消費者の買上げ金額に応じて商店街 IC カードに駐車券ポイントを記録し、ポイントに応じた商店街共通の駐車券・バス券・タクシー券と交換できるサービスの提供。
（駐車代 300 円、バス券 150 円、タクシー補助券 300）

・プレミアムプリペイドサービス業務
プレミアムをつけた商品機能を商店街 IC カードに持たせた期限付きサービスの提供。
（平成 14 年度中にスタート予定）

・顧客情報管理業務
商店街 IC カードによるカード会員の購買履歴等の管理を行い、各加盟店に対して各種管理資料の作成、提供。

【　効　果　】

（1）１台の端末機（INFOX 端末機）でデビット・クレジット・ポイント・プリペイド・共通駐車券サービスの各業務処理が可能な複数機能一体化が可能となった。
（現在個店の会費負担は年間 500 円である。）

（2）クレジットカード・デビットカード業務

①INFOX 端末機の設置状況

	平成 13 年 4 月	平成 14 年 3 月	平成 14 年 10 月
参加企業	59 台	120 台	125 台　加盟率 27%
端末設置	82 台	187 台	193 台

②売上高状況

	平成 13 年 4 月	平成 13 年 12 月	平成 14 年 3 月	平成 14 年 10 月
クレジット	22,021 千円	53,313 千円	56,024 千円	67,044 千円
デビット	1,194	6,120	3,542	4,784
	23,215	59,433	59,548	71,828

・当然のことながら、端末設置台数の増加（スタート時の 2.3 倍）にともない売上も増加（3.1 倍）してきている。
売上目標　7000 万（現在）　→　10 億円　→　15 億円（平成 15 年度）

（3）ポイントサービス・共通駐車券ポイントサービス業務

・消費者への PR 不足もあって実績が未だ十分とはいえない状況下にある。現在「all　MyT カード（オール・マイティ・カード＝IC カード）」会員の増加と加盟店の拡大を図っている段階である。
　・加盟店目標　２５０店（＋５０店）
　・会員獲得目標　２４，０００名（＋２０,０００名）

・平成 14 年 12 月現在：200 店参加、（そのうち約 7 割稼働状況である。）

・加盟店のカード事業に対する認識度が今一つ薄い。

・共通駐車券ポイントサービスは、従来から独自に実施している紙券による共通駐車券を IC カードによるポイント制に移行したもので、このことによる市中心地の交通コントロールをはかった交通緩和までには至っていない。ただし、駐車券だけのサービスからバス券・タクシー券までサービス範囲を拡大したことにより消費者の利便性が増し、来街客への増加に繋がるものと考える。
・ポイント制への移行を機会に駐車場の手数料を１０%から１３%に引き上げた。
・ポイントによる共通駐車券サービスは、当日１会員に発行したポイントを発行した加盟店によって按分計算することにより、加盟店の経費負担を軽減し、公平感をもたせた。(紙券による駐車券の場合は発行した加盟店の全額負担であった。)

Myt カード募集のカタログ

【課題・反省点】

（1）PR
資金的な問題もあり、できるだけ経費を伴わない PR を考えてきたが、限度があるので少ない費用で効率的な PR 検討していく必要がある。(成人式での配布)

（2）事業の合意形成
商振連は宮崎市の中心商店街１０組合で組織されており、各組合および組合員の合意形成が不十分であり、本カード事業に全く参加していない組合が 2 組合あり（組合の経営環境が原則合意であるため。）参加を継続的に呼びかけていく必要がある。

（3）人的体制
加盟店および会員拡大にともないデータ処理が増加するので、全振連の中にあるカードセンターの人的体制を将来的には検討する必要がある。特に銀行の営業時間等の延長により端末機の稼働時間も長くなることが考えられるので２４時間勤務体制も念頭においておく必要がでるであろう。

（4）事業実施のノウハウ
平成１１年度、商振連が既に実施している「共通駐車券発行事業」や「歳末大売出し事業」と、各通り会が独自で実施している「ポイントカードシステム」を統合化するとともに、「クレジットカード一括処理」や「デビットカード」「電子マネー」等のサポートなど多機能カードシステム構築に向けての導入コンセプトの確立とコストの試算による採算性について調査（視察等）・研究を行い、カード事業として取り組むべき方向と順位を決定した。

(5) 店舗経営者に対する支援
・加盟店に対して端末機（INFOX 端末機）を無償貸与とした。
・共通ポイントを対象としたイベント等の実施により商店街への集客力のアップを図る。

商店街は異業種の集団であり、コスト面での高低があることなどから、事業を実施していく上では組合員の合意形成が極めて重要である。

（6）今後の事業目標の立て方

・大型店（寿屋）の参加に伴い、平成１５年１５億円以上を目指す。（大型店の売りげは１８億円ある。）

・経費が約 1600 万はかからないだろうから、0.５～0.8%の（手数料を 1.7%と仮定して）運営経費を創出するには、２０億は目指さねばならないだろう。そのための手段というように、逆に戦略を練っていくことが重要である。