

西日本インカレ（合同研究会）2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ) フクオカダイガク	フリガナ) ショウガクブ	フリガナ) タザイゼミ
福岡大学	商学部	太宰ゼミ

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画をを使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ) チームオールインワン	フリガナ) シゲマツ ヨウキ	5	無
チーム AIO	重松 勇輝		

研究テーマ（発表タイトル）

若者のクレジット利用データに基づく販促提案

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

近年銀行はキャッシュカードとクレジットカードが一体化したカードを発行する傾向がある。消費者としてはカードがまとまるという利点があり、銀行側には優良顧客の獲得というメリットがある。そのなかで西日本シティ銀行（以下 NCB）は一体型カードとして、ALL IN ONE カード（以下 AIO）を発行している。今回は、AIO の利用者を増加させるために、実際のクレジットカード利用データを使用し、分析・提案を行った。AIO の所有者で 23 歳までのデータをお借りし、AIO の利用状況、保有者・利用スタイルのクラスター分析等から提案を行った。尚、本研究は NCB との共同研究契約の下で行われたものである。



ALL IN ONE CARD の利点

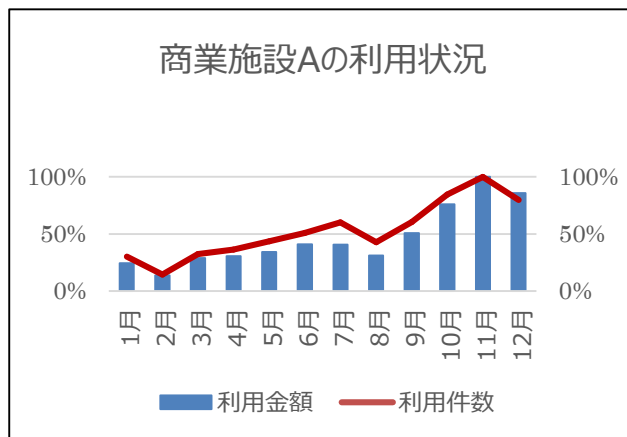
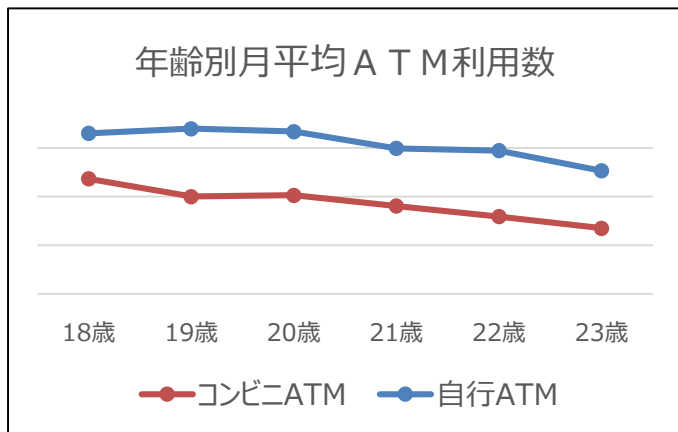
- ・学生の期間中、年会費無料
- ・NCB の ATM・提携コンビニ ATM 手数料無料
- ・交通系電子マネーと組み合わせ、定期券としても利用可、提携店でのショッピング割引

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

日本クレジットカード協会と JCB の調査によると、カードの保有率はすべての年代において減少しているものの、決済件数は 2003 年から 2012 年にかけて約 3 倍にまで増加している。また、近年では将来の優良顧客となる若年層の利用者の獲得を目的とした、学生向けカードの発行などが多く行われている。しかし 2015 年度クレジットカード契約者の構成比のうち、大学生以下と考えられる 22 歳以下の若者の契約数は、調査対象者のわずか 1.4%と、クレジットカードが若年層には浸透していない。ここにマーケティングの現場の考えと消費者の反応にギャップが存在する。私たちが学生を対象に行ったヒアリングでも「クレジットカード作成に抵抗感」、「お金の管理が難しそう」などの声が目立った。

3. 研究テーマの課題

AIO のクレジット機能利用者による ATM 引き落としの種類を分析したところ、大学生は特にコンビニを頻繁に利用するにも関わらず、どの年齢でもコンビニ ATM の利用率が低かった（下左図参照）。AIO の利点の一つである「コンビニ提携 ATM 手数料無料」という点を知らない可能性が疑われた。また、福岡の代表的な商業施設の利用を確認したところ、件数・金額ともに 10 月～12 月にかけて最も利用率が上がる（下右図参照）。そしてそれは、定期的実施される割引キャンペーンが原因であると予測した。しかし、年 2 回 10%off になるキャンペーンがあることを認知していない学生も多い。まず、10%off キャンペーンが AIO を作るメリットを実感できる場であると思われるため、このキャンペーンを学生に向けてもっと告知する施策が必要である。



利用件数・金額の上位は右表の通りである。利用件数が多いのはコンビニにおける少額決済、利用金額が大きいのはオンラインショッピングやファッション関連であることが分かった。次に各利用分野の 카테고리分けを行い、そのカテゴリごとの利用件数をもとに顧客の分類（クラスター分析）を行った。その結果、ネットショッピング派、携帯料金支払派など、各顧客群のカードの利用傾向に大きく差があることが分かった。それらの利用傾向の違いに合わせて、適切なアプローチを行っていく必要がある。これらの点は今まで明確に認識されていなかったが、今回我々のデータ分析からこうした課題を明確化することができた。

売上件数	店舗名	売上金額	店舗名
1	コンビニA社	1	通販サイトA社
2	通販サイトA社	2	A社携帯ご利用料金
3	アプリ配信サービス1	3	B社電話利用料
4	コンビニB社	4	アプリ配信サービス1
5	アプリ配信サービス2	5	鉄道会社(チケット)
6	コンビニC社	6	アプリ配信サービス2
7	高速ETC後納分	7	ファッションビルS
8	高速ETC時間帯割引分	8	ファッションビルP
9	フリーマーケットアプリ	9	コンビニA社
10	ETC 九州支社	10	ファッションビルA

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

<実行された解決策>

- ・Twitter アカウントの作成

2 年次の活動で行った福岡在住の大学生を対象にしたアンケートの結果より、大半の学生が情報収集に利用している Twitter での情報拡散を提案→NCB の福大生対象 Twitter アカウントの作成が実現

- ・男性用、女性用のダイレクトメールを送付
- ・地下鉄七隈線福大駅前のホームに広告を掲載（右図参照）
- ・ATM 周囲への AIO 販促物（ノート等）の設置



<今後の活動>

- ・若者が足を多く運ぶファッションビルなどの商業施設内に AIO の作成ブースを設置し、カード作成時にその施設内で使えるクーポンの配布などの特典を付けることで、AIO の認知拡大・顧客獲得につながると考えた。
- ・クラスター分析により顧客の分類が可能であるため、興味のあるカテゴリに関するアンケート調査を行い、それぞれの群に合わせたダイレクトメールを打ち出すことで、効率的な販促が可能である。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

<2 年次>

10 月:銀行口座開設とクレジットカード作成についてのアンケート作成

11 月:福岡在住大学生を対象にアンケート実施、NCB へ集計結果中間報告

12 月:NCB へのプレゼンテーション

<3 年次>

4 月:ヒアリングによるクレジットカードへの意識調査、文献調査

5 月:クレジットカード利用データを用いた分析開始

8 月:NCB へのプレゼンテーション



6. 結果や今後の取り組み

今回私たちはオンラインショッピングに対するアプローチとダイレクトメール送付、アンケートによる顧客の分類を提案した。NCB からの評価として、把握していなかった若者の利用店舗や購買行動を知ることができ、今後 AIO の顧客獲得のための活動にうまく繋げていけたらよいというお声を頂いた。実際に我々の提案後、ダイレクトメールや配布物に我々の声を反映したものを作成して頂いた。また、ファッション・オンラインショッピングについては、NCB のデビットカードに関するクイズに答えるとオンラインショップのギフト券がもらえるというキャンペーンが行われ、デビットカードの認知、新規顧客の獲得という面では私たちの分析結果が反映された。

7. 参考文献

日本クレジットカード協会 <http://www.j-credit.or.jp/information/statistics/index.html> （最終閲覧日 2016 年 11 月 3 日）

経済産業省「クレジットカード産業とビッグデータに関するスタディグループ」報告書

<http://www.meti.go.jp/press/2015/02/20160229002/20160229002.html> （最終閲覧日 2016 年 11 月 3 日）

西日本シティ銀行 HP <http://www.ncbank.co.jp/allinone/index.html> （最終閲覧日 2016 年 10 月 31 日）

時事深層（日経ビジネス, 2013/04/22 号, 17 ページ掲載）（最終閲覧日 2016 年 11 月 2 日）

お金の学校 キャッシュカード パーソナルライフ（日経ビジネス, 2008/09/29 号, 81 ページ掲載）（最終閲覧日 2016 年 11 月 3 日）

JCB【クレジットカードに関する総合調査】2015年度版調査結果レポート <http://www.global.jcb/ja/> （最終閲覧日 2016 年 11 月 3 日）

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。