課題はプロペーの育成

-具体的には。

物を言うのがカード事業。それだけに りした。取扱高のボリュームが大きく 今後どのようにカード事業を伸ばして り巻く同社の営業環境は大きく様変わ 天から離れたことで、カード事業を取 クレジットカード事業の核となる存在 向かいつつあるJトラストにとって、 後の展開方針などを聞いた。 注目せざるを得ない。安藤聰社長に今 は一千億円程度へと大幅に減った。楽 のがKCカード。総合金融化の方向に いこうとしているのか、いやが上でも た。だが、会社分割により、営業資産 楽天のカード事業の再編で生まれた

C力-もう一つは、既存カード な施策をどうKCカード に生かし切っていくか。

相談ごとなどにも比較的 は一分程度を目安にして 知識を持っている。楽天 ランが多い。彼らは顧客 り、顧客とのリレーショ 時間をかけて対応してお いたが、今は顧客からの との会話やカードなどに 入ってくるが、KCカー 時代、顧客とのやり取り 、強化を図っている。 いて豊富なノウハウ・ インバウンドで顧客は (関係)強化になる。 に残った社員にはベテ に、最前線で支店長を務

て言えば、楽天時代は させるか。現在は主に二 最盛期と比べれば二分の つの施策に取り組もうと 激しい。(国内信販時の) く行っていなかったの で、カード会員の剥離は ティングなどの施策を全 一無策の四年間」。マーケ 課題はこれをどう反転 まで減っている。 レガシーカードについ 去の歴史から、伝統的に にいち早く特化した。過 時代には、個品割賦をオ れる」気風がある。楽天 リコに譲渡したりネット てて新しいものを取り入 変化に対応できる企業文 当社には「古い物を捨 に「楽天市場」があった。 会員・取扱い規模を高め

販時代に発行したクレジ

営業政策をとっていたの

楽天カード」オンリーの

安藤楽天傘下時は、

で、楽天カード以外のカ

ド(楽天では旧国内信

カード」と呼び、明確に ットカードを「レガシー

凶別していた) をどうテ

考えている。

浅い。今は足場固めをし

割が行われて、まだ日も

八月一日の会社分

番悩ましい。

ている段階だと思う。

(常務取締役を経て、11年ド)常務執行役員、88年 に入社。06年(平成18年) 8月にKCカード社長に に楽天KC(現KCカー 日大経済卒。その後、国 就任した。福岡県出身。 信販(現KCカード) 1976年(昭和5年)

会員に対するリレーショ 強化。楽天で培った様々 安藤 まずは営業力の ばならない。 のカード会員の稼働率を いくか。一方で、百万人 高めていく取り組みを並 は、会員をどう増やして 化が醸成されている。 行して進めていかなけれ 政策的にコアになるの

くことになるが、彼らは 個品割賦が主力の時代 度の人員で営業をしてい から携わってきた十名程 レガシーカードに以前

個人のお客さま向け》 さいきょう「チョットネット」





9月1日に西京銀行との保証を

ド会員に引き込む施策を

して、一定のラインまで

訪販・通販の経営者から

かつての縁もあって、

実施していきたい。

今後は保証事業も

金融機関への販売を進めていく







の仕組みを活用する。

強化するとしている。

業で会員数の割に収益を

く。その間に、カード事 保証残高を積み上げてい

安藤 ここはグループ



みを提案する。

拓は、競合も激しい。

だが、提携先の開

りと調査した上で、保証

先を開拓していきたい。

ず、物販に絞ってしっか

は取り扱いの対象に入れ 持てると見ている。役務

る、銀行に送客する仕組 そこで従来とは全く異な

が目標だ。

すノンバンクのキャッシ

ーーズがあるにも関わら

貸金業法改正で、資金

業はカードを一気に伸ば

を構築していく。保証事 出せる、反転できる方策

ど保証ノウハウが使える

ープの審査・債権管理な があるが、これらはグル 相談を受けたりすること

分野。保証事業全体を補

うグは伸び悩んでいる。

けており、残高五百億円

を支えるベースと位置づ す時期が来るまでの収益

完する分野として期待が

の提携をスタートさせ

て、銀行保証を補完する

でネットへの移行が顕著

とくに最近は通販企業

になっている。この点は

安藤 その対策とし

分野として「割賦保証」

九月に入り西京銀行と

た。これを皮切りにリテ

州の地域金融機関に、会

ール強化を考えている九

を始めたい。訪門販売法

事業で収益下支え

いきたい。 併せ、こうした無形のリ る。楽天時代のセンター めるなど経験・人脈があ 運営実務でのノウハウと ソースを大いに活用して 必要があるだろう。 バンクホークスとの提携 カードを以前より発行し

-楽天時代には背後

ているが、例えば、今後

域をカバーする信販会社 り、鹿児島県から九州全

信販の経営危機で、 ス)の傘下に入るが、日

 $\underline{\underline{\bigcirc}}$

へと衣替えした。

信販(現三菱UFJニコ

国内信販はその後日本

ずほコーポレート銀行)

年に日本興業銀行(現み

の支援を受け、MB

プロパーカードでも使え

はその機能・サービスを

進んで情報を取りに来 る別の施策が必要だ。 はネットを通じて顧客が ドの時代でない。現代 安藤 今はもう提携力 るようにする。ポイント らい、客がサービスを自 事業の会社に参画しても 分で選んでカスタマイズ 組みを用意するなどし するプロパーカードの仕

に応じて自由にフィーを る。また、幸いにも旧楽 やり取りできるようにす でカード会員の決済金額 し、そこでは提携会社間 に取引ができる場を提供 ネットでは、オープン

ービスを盛り込んでいく に顧客が望むあらゆるサ 地元球団であるソフト

る。プロパーカードの中

KCカードに残った。楽 部門を率いてきた人材が 天KCでマーケティング 上げたノウハウは当社に 天カードを今の姿に積み ーカードにも活用する。 供と併せ、プロパーカー 魅力ある場、サービス提 れを別の観点からプロパ

も受け継がれており、こ らないのがメリットだ。 り収益も減っている。そ ケティング費用が全くい こを当面補完する分野と カード関連の残高が減

ていく。九州ではまだK

の保証商品をセールスし

員データを活用した当社

大手信販が一斉に取引か

みに積極的に参画して頂 ッチする。当社の取り組 当社のカード戦略ともマ

や割賦販売法の改正で、

ら引いたが、まじめな業

Cブランドが生きている

正時「悪」とみられた訪 者は多い。例えば、法改

で「カード・レス・カー 役に立てるだろう。 社内 けば、リピータ作りにお

問販売業者で、売り方で

れはカード番号だけでリ ド」と言っているが、こ

のも強味。保証先はマー

も保守的な手法をとって

業績を伸ばしているとこ をしているところが少な ろは、仕方なく自社割賦

務の効率化を促す効果も

応できる仕組み。決済事 ピート客からの決済に対

期待できる。

アンドが関与した後、〇 い)で独立。途中投資フ 五年に楽天傘下に入っ (経営陣による自社株買 ど、激しい争奪戦が繰り 米GEキャピタルや中四 国地方の流通系カードが 買収に名乗りを上げるな

〇〇年代当時、大手でも を超える営業規模の二〇 七~八千億円の取扱高。 があった。同社は最盛期 他社と比べても際立つ。 た。移動の激しい社歴は 同業大手が軒並み二兆円 それは事業規模に要因 で定評があった。 テム子会社はその技術力 みを行うことでも知られ 広げられた。 TM提携を始めた。シス ていた。他社に先駆け、 いち早く機械化対応やA 同社は先進的な取り組

中小でもない中途半端な 同社だけだった。 規模の総合信販は、実は から『地元企業』という 融機関も『東京の会社』 り、東京から再び創業の た。安藤社長は「地元金 地である九州に戻ってき Jトラスト傘下に入

50年で4度の社名変更 地元で再興目指



を高める。

て、脱会率を下げ稼働

旧国内信販はエリア信販としての特徴と先進の気風で業界内でも特異な位置づけにあった(写真は05年、福岡本社)

これらの同社を特徴付

や他業態の関心をしばし ける特異点は、同業大手

ば惹く。MBO時には、

認識で心強い」と話す。