

2016年 ヤマハOB会ネット展 出品作品



実録風随筆 「あれは、歴史的な仕事だった」

小河俊紀

(放送大学非常勤講師)

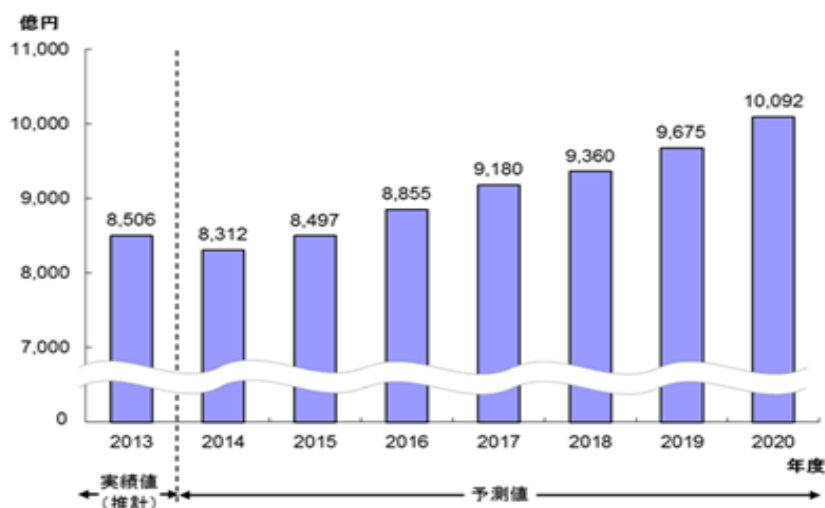
はじめに

世の中、ポイントカードが花盛りになってきました。サイフがパンパンになるほど何枚も持っている人が多いと思います。日本全体で、ポイント発行残高は、実に1兆円に迫っています。

何でもポイントの時代＝1兆円に迫る

(野村総研資料)

図1：国内におけるポイント・マイレージの年間最少発行額の推計と予測値



通説では、日本で最初のポイントカードは、ヨドバシカメラが発行したといわれています。

「1990年11月に全売場で利用可能なプラスチック製の「ゴールドポイントカード」に移行した。専用のポイントカードを発行し、ポイントを電磁的に管理する、今日のポイントカードシステムは、このヨドバシカメラが最初に考案したと言われる。」(ウィキペディア辞典)



しかし、**電気製品に特化せず、生活雑貨全般でポイント値引きを日本で初めて実施したパイオニアはヤマハフィーリングクラブである**と知る人は、ほとんどいません。短期間で終了したからです。

これから書くヤマハ勤務時代の思い出は、一部私の記憶違いもあるかもしれませんが、このまま埋もれてしまうのも忍びない「ヤマハメモリー」と思います。稚拙な随筆ですが、ご笑覧ください。

ヤマハ入社の際緯

サラリーマンなら、リタイアまでの間に、時には地味に、時には華々しく働いた時期があり、後で振り返ると「あの時、こうしておればよかった」とか、「自分ながら、結構凄いことに携わったなあ」という思い出が必ずあると思います。

私は、1990年7月に42歳でヤマハに中途入社し、2003年6月55歳で早期定年退職した。ヤマハ在籍期間は13年。

実は、クレジットカードの専門職として入社した際緯で、勤務経験は、ヤマハフィーリングクラブ（国内楽器FC推進部）のみ。

ただし、ヤマハグループすべてを横断する横串の業務のため、国内楽器だけでなく、直営店、財団、YMM、ヤマハ発動機、リビングテック、スポーツ、リゾート等の関連会社とも関わった。



それまで、JCBという単一のカード会社で生きてきたので、楽器メーカー「YAMAHA」には様々な顔があることに、戸惑い、そして驚嘆した思い出がある。

紆余曲折はあったが、いろいろな方に出会い、お世話になり、数々の懐かしいメモリーがある。本当に幸せ者だと思う。

凍結となったカード会社構想



当時、金融機関系以外では珍しい **VISA, MASTER** という国際ブランドカードを発行するファイナンス会社を設立することがヤマハの全社目標だった。

グループ一丸となった大プロジェクトだった。

会員在籍数は、ピークで50万人規模に達し、地方銀行系カード会社を凌駕する勢いだったと記憶する。

ところが、「多額の運転資金を借入れ、ブランド会社の暖簾を借りる事業構造である限り、簡単には採算に乗らない」という経営決断に至り、1990年9月にその構想は見送りとなった。入社3ヶ月目だった。

ハシゴがはずれたようなショックは、大勢の関係者が受けたと記憶する。もちろん、私も。

「もし、あの時会社を設立していれば、1990年代から始まった怒涛のようなカード拡大ブームが追い風になり、カードキャッシング市場の急成長と相まってドル箱になっていたはず」と悔やむこともあった。

が、近年の改正貸金業法の金利規制で、どのカード会社も青息吐息の様子を見ると、あれはあれで良かったのかと思う。

再出発したカード業務

見送り決定によって、プロジェクトは解散となった。

直後の10月から、ヤマハ本体の中でヤマハフィーイングクラブ業務はカード会社との「提携カード」として再出発した。全国特約楽器店とともに、会員拡大・カード利用促進を担う専担部門である。私はその課長職として配属された。

浜松本社人事部から着任されたI次長（当時）が総合的な采配を取られ、新しい体制で再スタートを切ることになった。

「小河さん、これからFCは何をしていけばよいか、貴方の意見を聞きたい」と、異動直後にIさんから問われた。

「私は、カードの世界しか知りませんが、ヤマハFCカードの利用促進施策が最重要と思います。結果、お客様のヤマハへの好感度が上がるはずです。」

「具体的には？」

「JCBでは、カード利用の1%相当のポイントが付与され、ポイント累積実績に応じて、生活雑貨と商品交換ができる“JOY JOYプレゼント”というサービスが非常に好評です。」

「生活雑貨なら、ヤマハFCでも通販で売っている。その商品を活用する手はある。売り上げ増も見込める。」



「どの媒体ですか？」

「FC VOICE」というヤマハフィーリングクラブ会報誌。会員全員に年4回送付している。」

「それを使いましょう！ 折角のトライですから、分かりやすくアレンジして、ポイント1点を10円に換算し、そのまま購買額から値引きしましょう。」

カード利用額1000円に対し1%（10円）が付与される提携カード会社（当時の住友クレジット、UCカード）の計算システムをそのまま借用したためだ。同時に、ポイント原資はカード会社から転用させてもらうことにした。

ということで、トントン拍子でアイデアが広がり、翌年春にスタートしようという矢先、「これは、景表法に抵触しないだろうか」という社内指摘が起こった。

なぜなら、例えば5,000円相当の購入に対し、保有ポイント4,500円分を使えば、500円の支払いで済む。商品の原価率に関係なく90%引きになるようなもので、公正取引委員会から不当値引きで摘発される恐れがある」という趣旨だった。

「いや、これは会員さんのカード利用インセンティブの権利行使に過ぎない。しかも、ヤマハの原資を使う値引きでもない。」

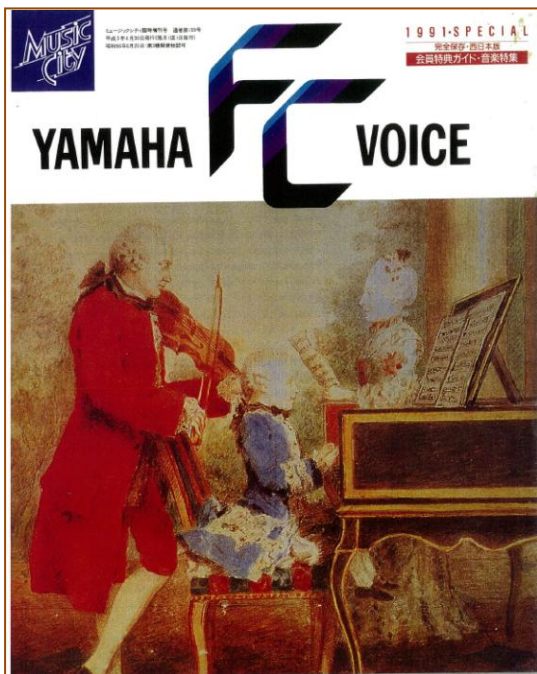
と主張した結果、「日本国内と、諸外国の事例を調べてみよう」という運びになり、知財部経由で顧問弁護士に調査を委託することになった。

1ヶ月半を過ぎたころ、顧問弁護士から「日本でも、米国や主要諸外国でも、前例がない」との報告が来た。

「前例がないということは、違法でもないということだろう。決行しよう！」

という部内結論に達した。これを承認したI次長の気概もすごい！

会員告知



ゴルフにテニス・オートキャンプ・アウトドアが楽しくなるシーズンがやって来ます。春夏から夏にかけての毎日を思いっきり楽しむために、多彩なグッズを揃えてSOLO Vol. 15のスタートです。

SOLO

● テニスにスイムウェア、マリンスーツもあるYAMAHA LEGATOのウェア。
● ビビッドカラーが元気な、YAMAHAのゴルフ、テニスクラズ。
● ドラゴンシーパーや寝殿、パーベキュー等、アウトドアライフを充実する小物。
● 足先の快適な、お洒落なシューズ。夏の日差しに、涼しい素材、綿の家具。
● パーソナル、トキオ・クママイ等、新ブランドも続々登場。

SOLO Vol. 15の掲載商品の一部がFC会員特別価格でお求めいただけます。

「SOLO Vol. 15」二巻目の発行「FCショップ」事務局の申し込み受付は、5月18日まで、カタログ発送のお申し込みは、5月18日まで、カタログの発送は、5月22日以降となります。送料および「SOLO」取付料は別途「FCショップ」に入替でも購入できます。

商品お申し込み期間：1991年8月21日までは掲載商品アイテム：487

お問い合わせ先
0120・1・90210
ヤマハFCショップ係

風薫るさわやかな季節。

FC発足5周年記念・FCカードご愛用感謝企画

FCカードショッピングに新しいお楽しみ♪

5th ANNIVERSARY FC

サンクスシール・プレゼント

ヤマハフィッシングクラブ発足5周年を迎え、日頃のご愛顧にお応えして、今年1年間のFCカードご利用額に応じ、「FCショップ」が割引でご利用いただける「サンクスシール」をプレゼントいたします。

- シール金額はFCカードご利用金額1万円分につき100円となります。(ただし、キャッシング・ローン、年会費等は含みません)
- シールご送付時期は今年9月と来年3月頃の2回となります。それまでのカードご利用額半年分(平成3年3月～8月、9月～平成4年2月)

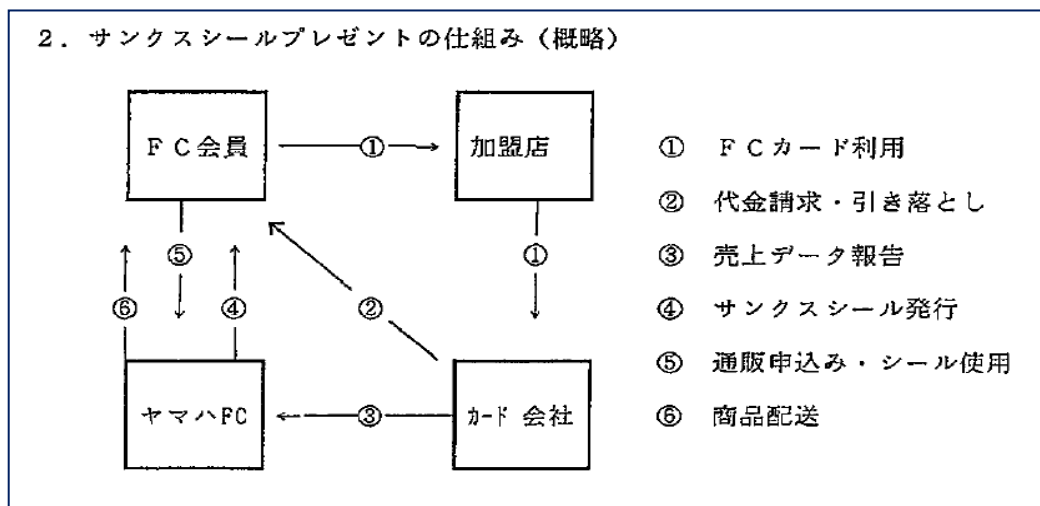
引落し分を通算集計の上、各合計額3万円以上の方にお送付いたします。

- シールの有効期限は平成4年6月末です。
- その後のサンクスシールの詳しいご利用方法はシールお届の封筒にご案内いたします。

上記左の写真が、その新しいサービス開始を会員告知した「FC VOICE」1991年4月特別号の表紙。右の写真は、その誌面を飾った案内記事。名付けて、「サクスシールプレゼント」

その年の4月～9月半年分のポイントを累積し、30ポイント以上達成者に、9月末に証明シールを郵送で送付した。会員は、通販発注ハガキに証明シールを貼付し、自分で値引き計算をし、郵送してもらう方式とした。不足分は、もちろんFCカード決済。(下記注文書はイメージ。写真・フロー図提供はYMJ)

FCショップ 注文書(見本)					
				注文日: 1991.09.25	
ヤマハフィーリングクラブ 御中					
下記の通り注文いたします。				<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> サクスシール 450ポイント (4,500円) </div>	
合計金額 (消費税込)		¥500-			
お届け先住所: 東京都港区高輪2-17-11			納品期		
お届け先名: 山葉 太郎			お支払条 ヤマハFCカード		
電話番号: 03-1234-5678					
商品番号	商品名	単価	数量	単位	金額
az-1122	トートバッグ	3,500	1		3,500
bx-2233	タオルセット	1,500	1		1,500
小計(a)					5,000
サクスシール(b)					4,500
合計(a-b)					500



当時は、インターネットという通信手段がない時代だが、事業フレームは正に**楽天やアマゾン、Tポイントなどに代表される「商品横断的ポイント値引きサービス」**の原型に当たる。

楽天やアマゾンが、ポイント値引きを基幹サービスとして急成長したのは、21世紀に入ってからだから、この**サンクスシールプレゼントは、間違いなく時代を10年以上先取りした画期的サービスだった。**

殺到した通販申し込み

実際、このシールを受け取った約6万名（総会員の16%）の大半がFC通販の申し込みに至り、平均購買額は@4,000円くらいだったと記憶する。単純計算すると、半年間（臨時号ふくめ会報誌3回分）の通販売り上げは2.5億円に達し、**前年同期比でも5倍に跳ね上がった**のだった。

実は、この驚きの成功事例には、今では笑い話のような後日談がある。

「このような激しい売り上げ増が起こると、どこかに違法性がると疑われ、公取の摘発を受ける可能性がある。値引き上限額を規制すべき」という社内指摘を受けたのである。

ために、翌春ではこのサービスを「値引き上限50%」と自粛した。受注は急失速し、実質的に1年で幕を閉じた。もったいないといえば、誠にもったいないが、時期が早すぎたのかもしれない。

結びに

時代は、ポイント値引きから電子マネーへ滔々と流れています。企業活動が生み出すポイントサービスと通貨の境目が薄くなり、一種の電子マネーとして消費生活に欠かせない存在となりました。さらに、ITと連携する**FinTech** という世界まで登場してきました。

加えて、**2020年東京オリンピックに向けて、カードは国策となりました。**

閣議決定(2014.06.24)

(2014年9月24日 経済産業省発表資料
「クレジット取引を取り巻く環境変化」)

「日本再興戦略」改訂2014—未来への挑戦— (平成26年6月24日閣議決定)

- 5-2
金融・資本市場の活性化、公的・準公的資金の運用等
(3)新たに講ずべき具体的施策
i)金融・資本市場の活性化
②資金決済高度化等

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会等の開催等を踏まえ、キャッシュレス決済の普及による決済の利便性・効率性の向上を図る。このため、訪日外国人の増加を見据えた海外発行クレジットカード等の利便性向上策、クレジットカード等を消費者が安全利用できる環境の整備及び公的分野での電子納付等の普及をはじめとした電子決済の利用拡大等について、関係省庁において年内に対応策を取りまとめる。

世界屈指の“現金大国 日本”の画期的な方向転換です。

ここ数年で現金決済がほとんど消滅したスウェーデンとまでいかななくても、**米国並みのキャッシュレス大国実現**を目指し、おそらく、これから次々と新規政策が打ち出され、企業活動ふくめカードが日本全体を大きく変えていくことになる予想されます。

最近の私は、カード業務通算44年の経験を評価いただき、次世代に向けた講義や講演、寄稿を頼まれることが多くなりました。
もちろん、損得抜きでお引き受けしています。

今回のOB会ネット展への寄稿は、一見暴露話・自慢話にも受け取れそうな内容ですが、動機は違います。

すでに30年も前(1980年代半ば)に、カードで企業文化全体を変革しようとしたヤマハフィーリングクラブとは、今振り返ると何だったのか・・・。

諸先輩から引き継ぎ、私が体験した時代のFCの軌跡を、一部でもしっかりと記すことが、謝恩であり、次世代への義務と信じております。