

# エムアイカードの魅力

IMGUエムアイカード支部

# はじめに・・・ 組合役員の中でこんな話題になりました。

- ・お買場のカード獲得意識、高まってきているよね。
- ・以前と比べて、お買場から獲得に向けた説明資料がほしいなど聞かれることが増えたと思う。
- ・店内の放送朝礼でApple Payのポイントアップを告知したら、問い合わせが多かったなあ・・・。
- ・お買場のスタイリストにカードの魅力（サービス）きちんと伝わっているのかなあ？
- ・ゴールド獲得上位者はゴールドの色々なサービス知ってて、自分自身で使ってもいるなあ・・・。
- ・そもそも、MICの従業員は自社商品（カード）についてどう思ってるんだろう？
- ・スターバックスやディズニーで働く人達って、会社や商品が好きで働いているよね。
- ・グループ内でも百貨店帰属の人から「伊勢丹（三越）大好き！」「取り扱っている商品に誇りを持っている！」という話を聞くことはあるけど・・・。
- ・会社の利益に繋がるから自社カード積極的にカードを使おう！みたいな意識はある？

# 「エムアイカードの魅力」についてアンケートを実施しました。

HDS細谷社長から百貨店でのカード獲得強化の方針が強く打ち出されている中で、各お買場で獲得に対する意識が高まっています。

そのような中では、当社はより魅力あるカードを企画・提供することが今まで以上に求められます。

そこで当社で働く皆さんが、「当社の商品（カード）に対して魅力を感じ、自信を持ってお勧めができているか」という意識を調査する目的で、職場委員を中心にアンケートを実施しました。

また、当社以外の三越伊勢丹グループで働く方々の意識についても調査をしたいと思い、IMGU組合専従の皆さんへも回答をお願いしています。

率直な意見を収集することを目的とし、無記名での回答としました。

# 0) アンケート概要

実施時期： 2022年9月～10月

回答者： 職場委員を中心とした各所属メンバー、IMGU組合専従

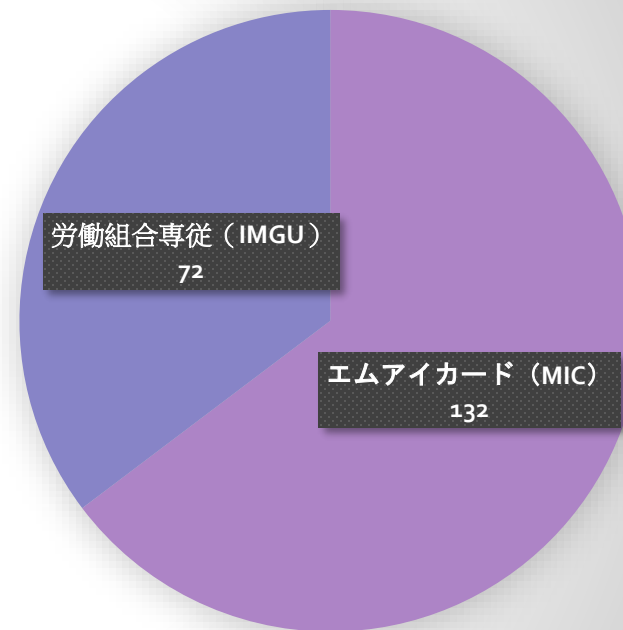
実施方法： Formsアンケート

内容： 当社のカードの魅力について、当社の魅力について

# 1) アンケート回答者 (204名)

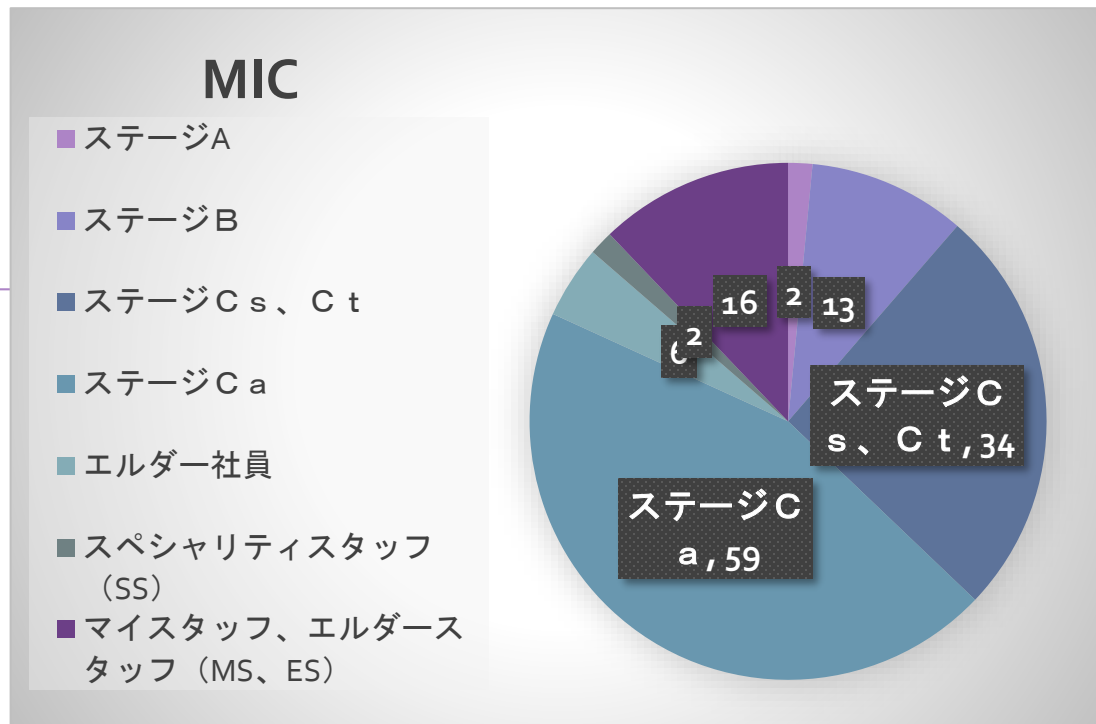
エムアイカード (MIC)	132
労働組合専従 (IMGU)	72

- エムアイカード (MIC)
- 労働組合専従 (IMGU)



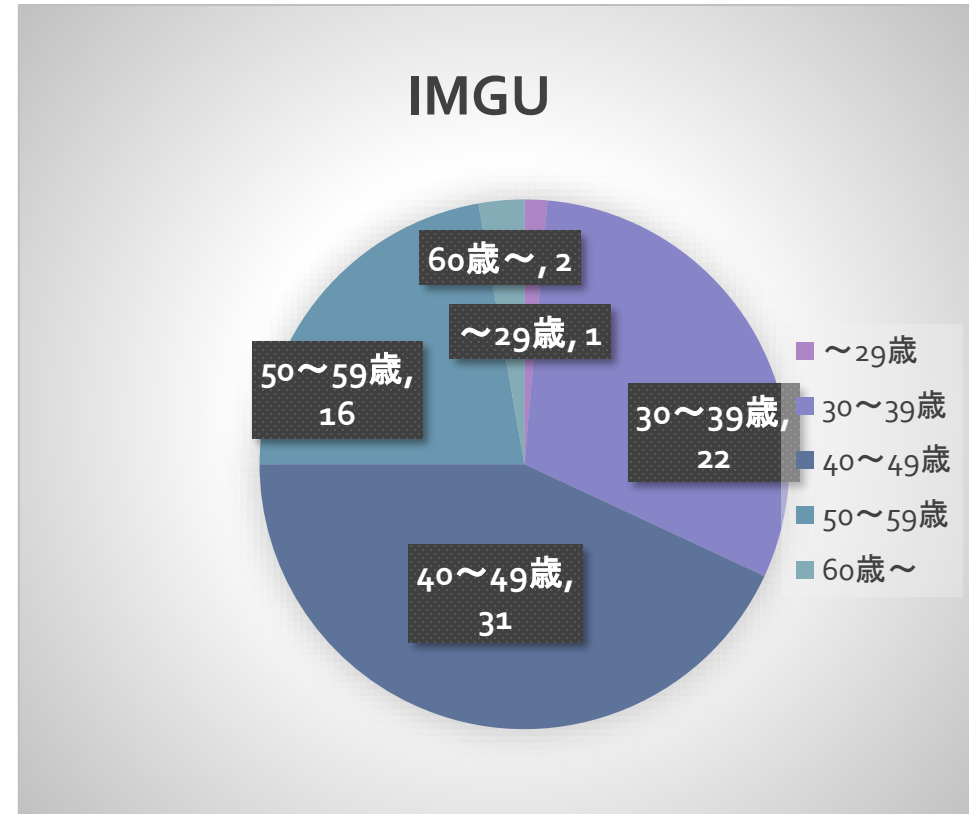
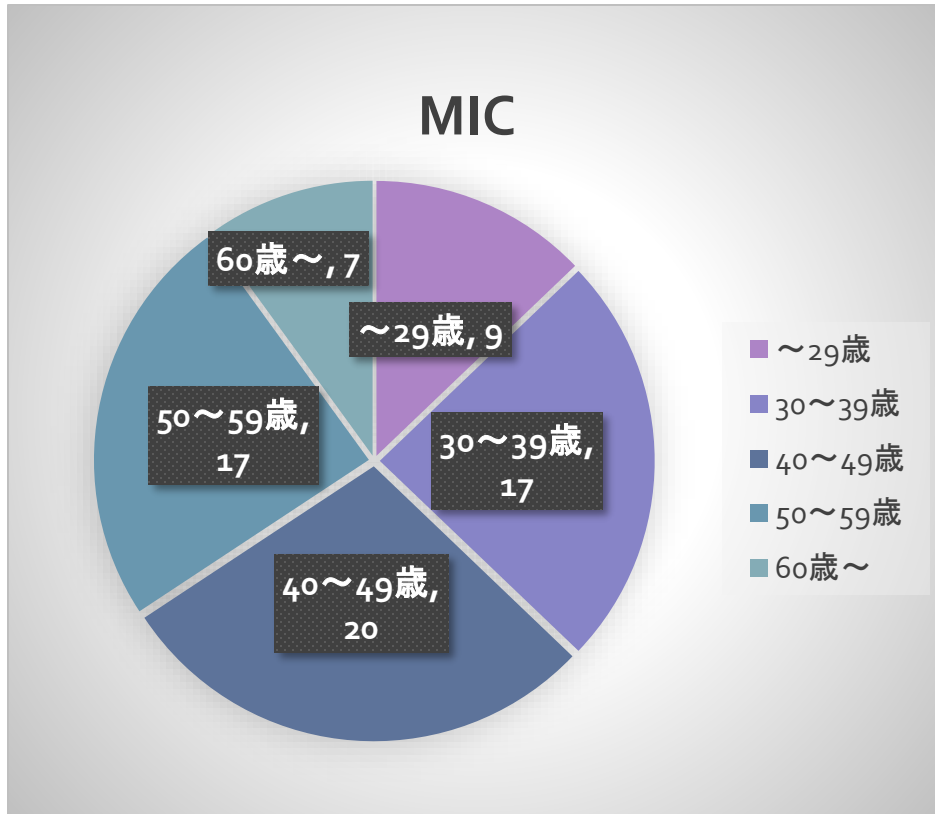
## 2) 雇用形態 (MICのみ回答)

	MIC
ステージA	2
ステージB	13
ステージC s、C t	34
ステージC a	59
エルダー社員	6
スペシャリティスタッフ (SS)	2
マイスタッフ、エルダースタッフ (MS、ES)	16
その他	0



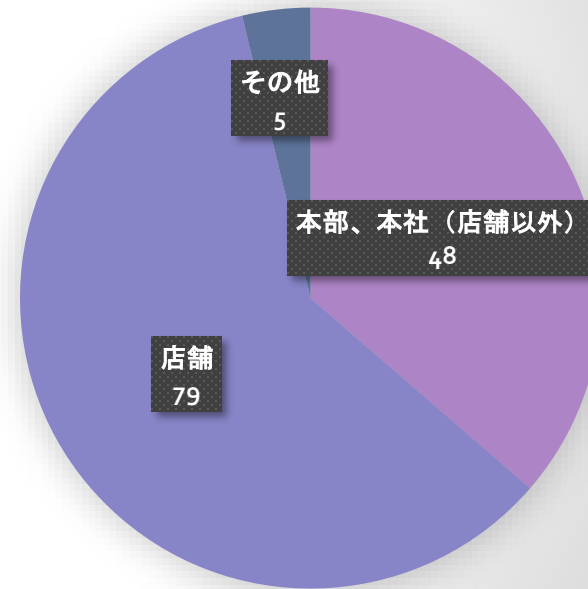
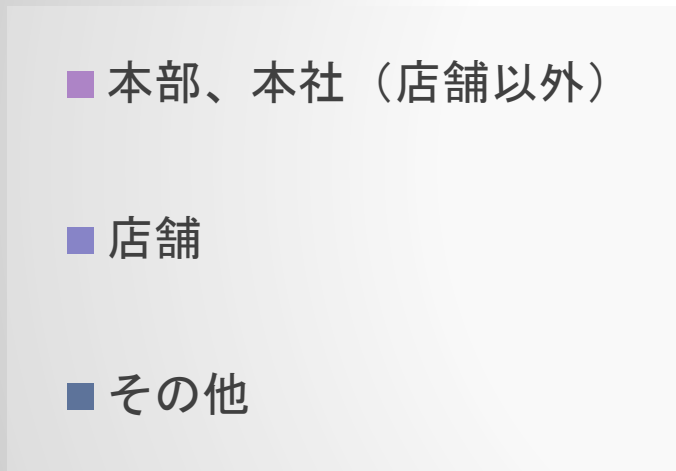
# 3) 年齢

	MIC	IMGU
～29歳	9	1
30～39歳	17	22
40～49歳	20	31
50～59歳	17	16
60歳～	7	2

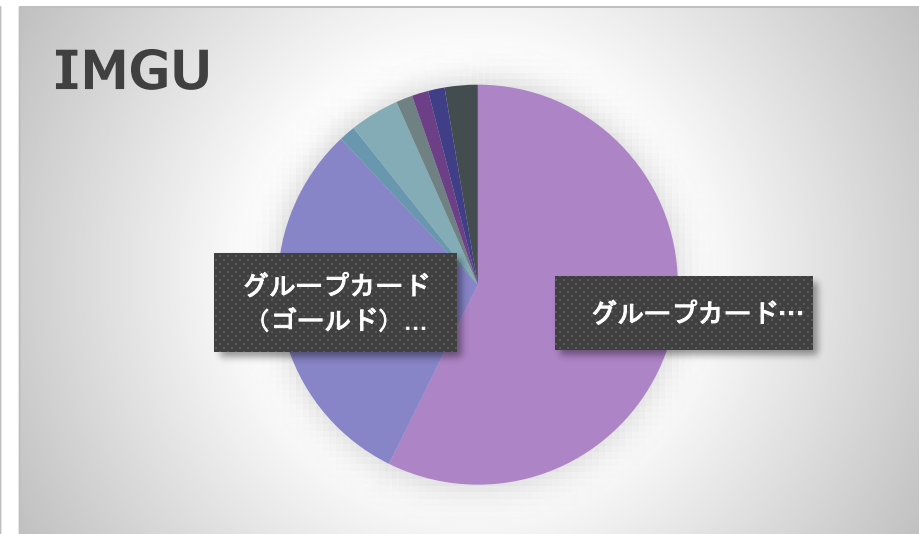
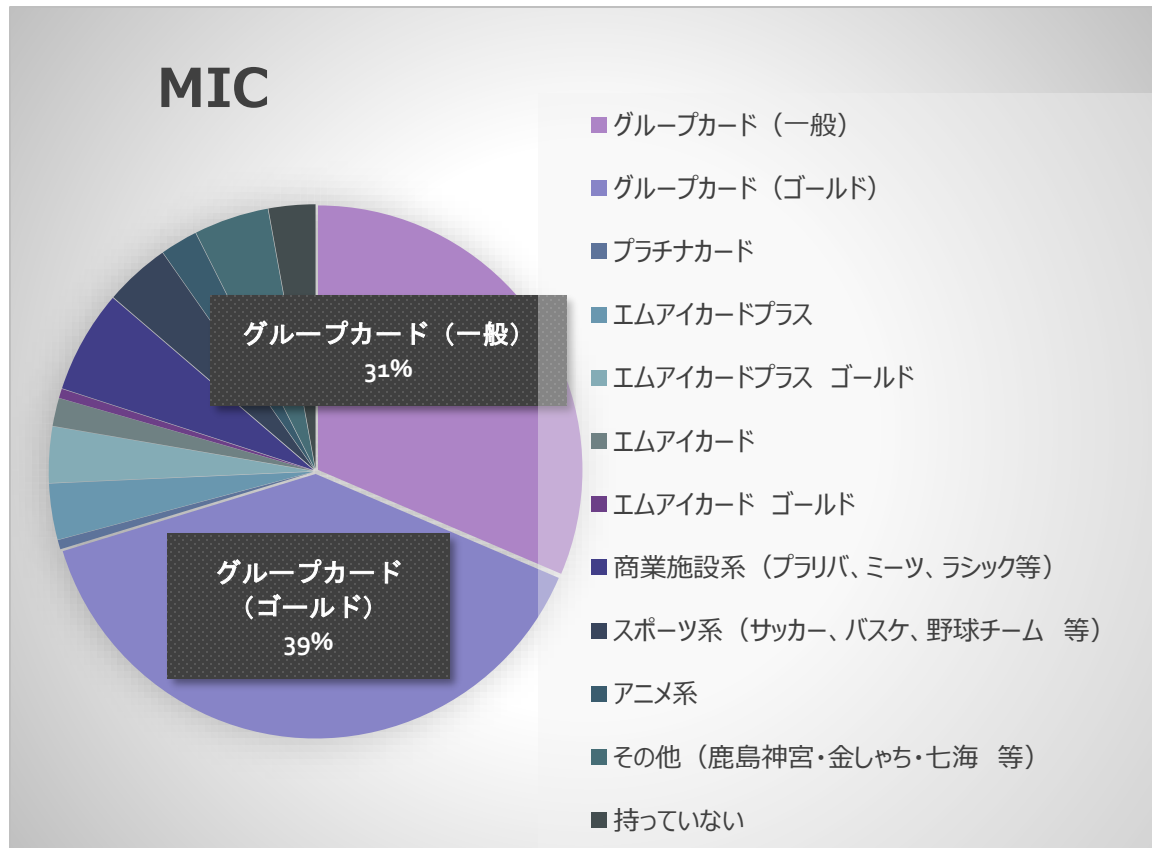


## 4) 勤務場所を教えてください。(MICのみ)

### MIC



# 5) あなたが持っている当社発行のカードを教えてください。 (複数回答可)



### グループ一般とグループゴールド比較

MIC 一般：44.7%、ゴールド：53.1%

IMGU 一般：65.2%、ゴールド：34.8%

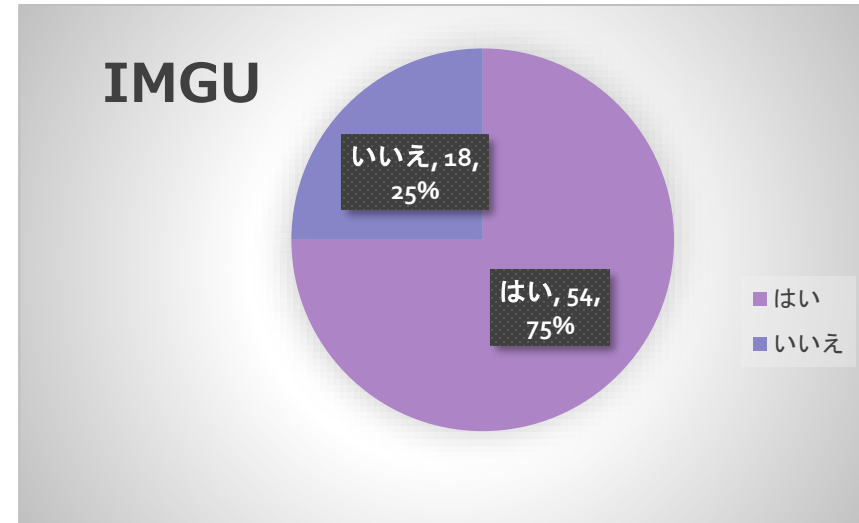
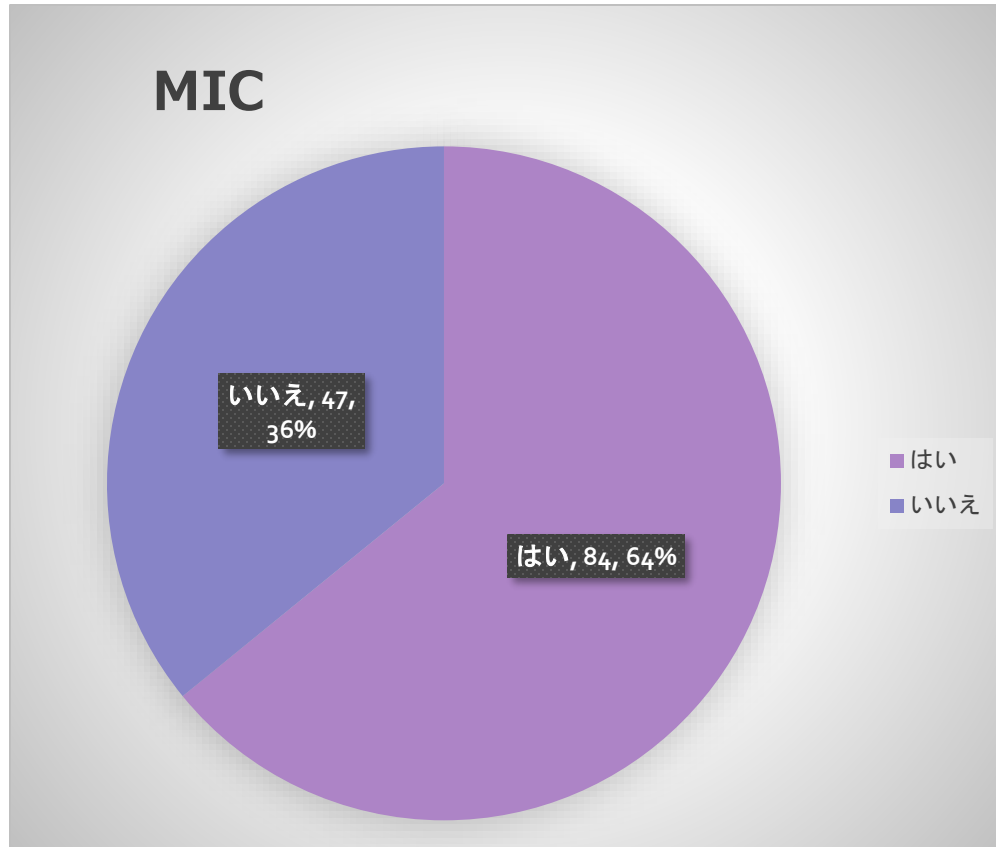
→グループ社員にゴールドカードの魅力が伝わっていない!?

## 6) グループカード以外の自社カードを持っている理由を教えてください。



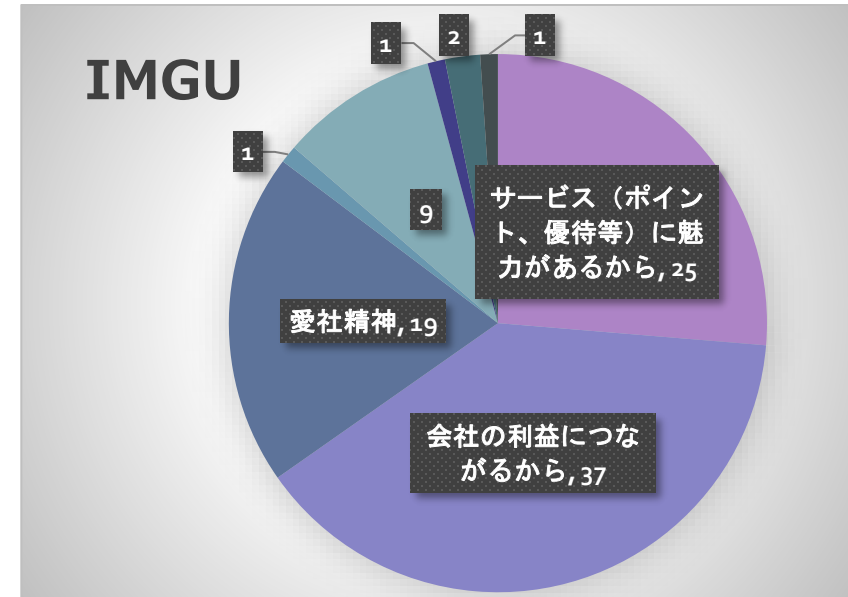
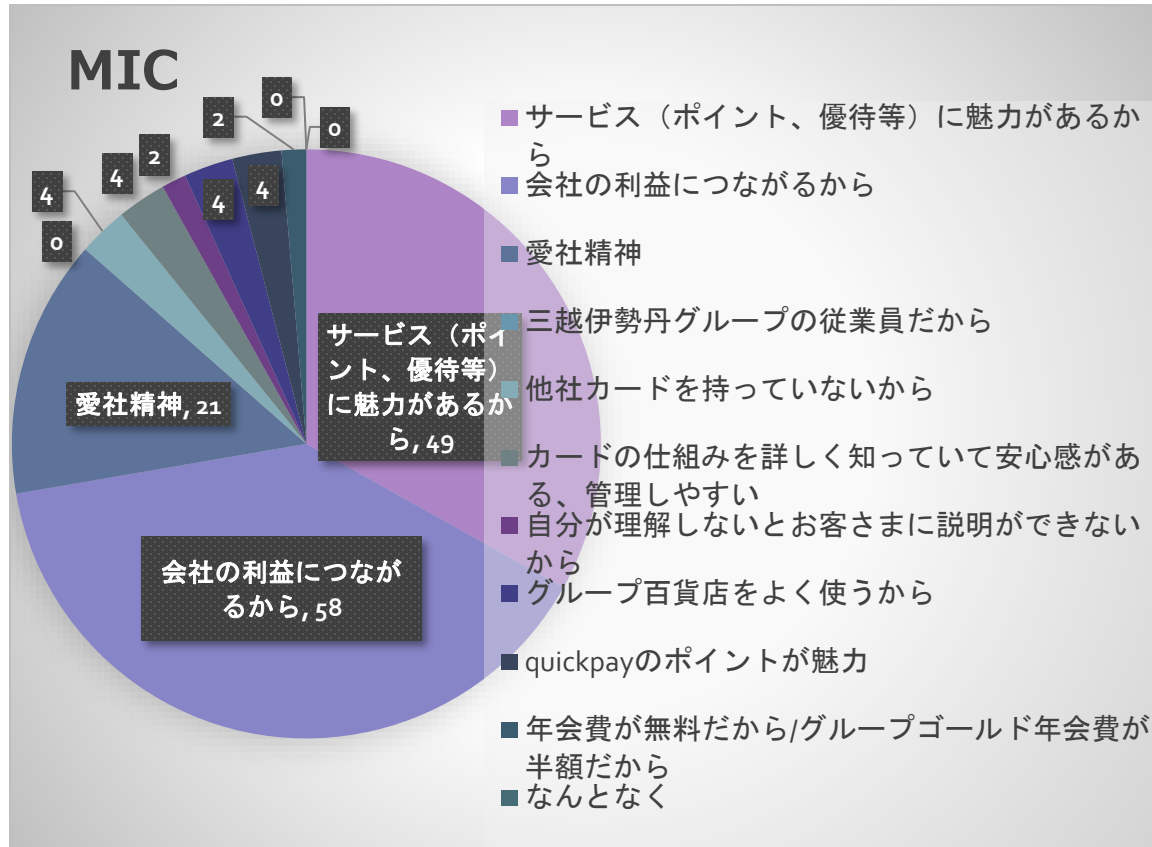
## 7) あなたは当社発行のカードをメインカードとしていますか。

※メインカード：使用頻度や使用金額が他のカードと比較して高い/多い



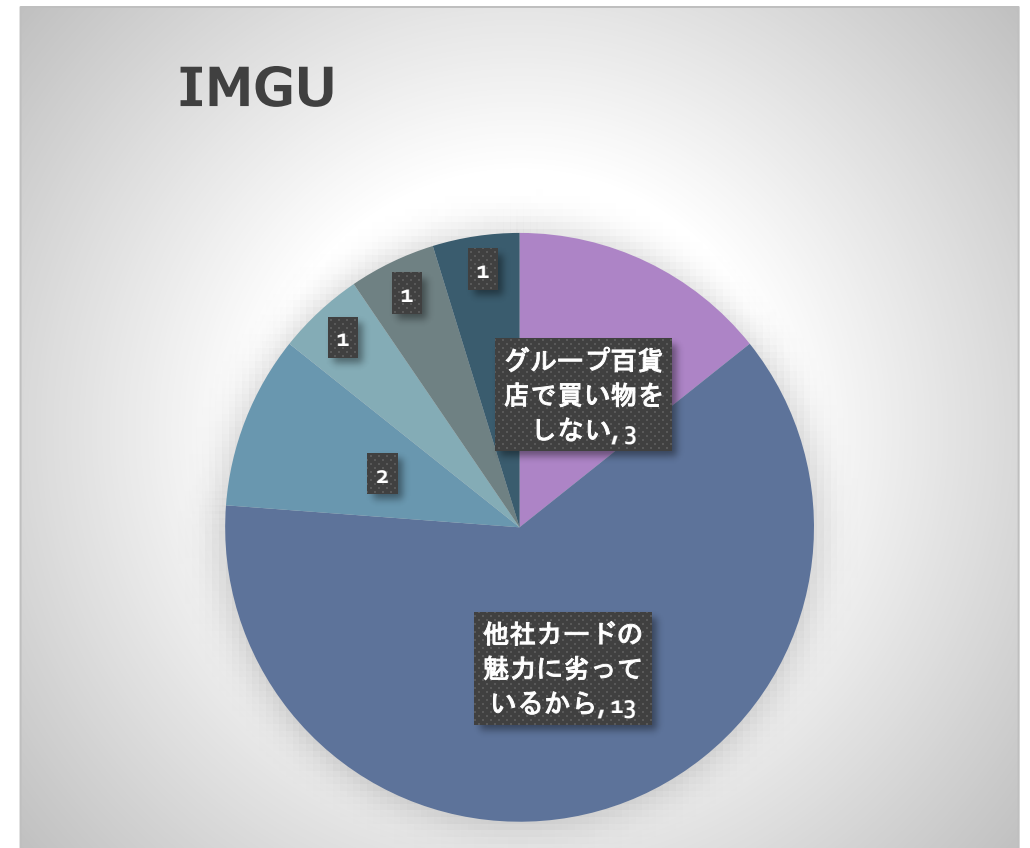
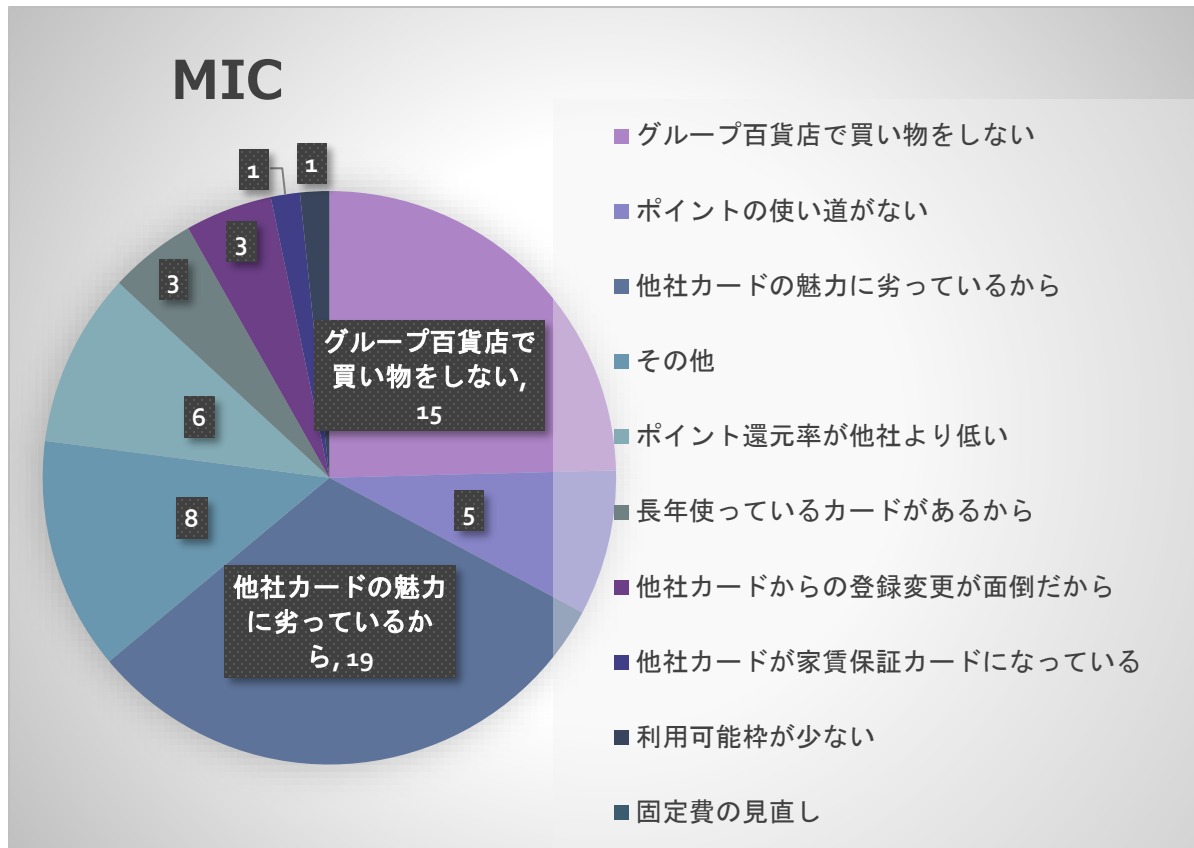
- ・メインカードにしている比率は MIC : 64%、IMGU : 75%
- ・大差はないが、IMGUのほうが比率が高い。

## 8) 自社カードをメインカードにしている理由を教えてください。

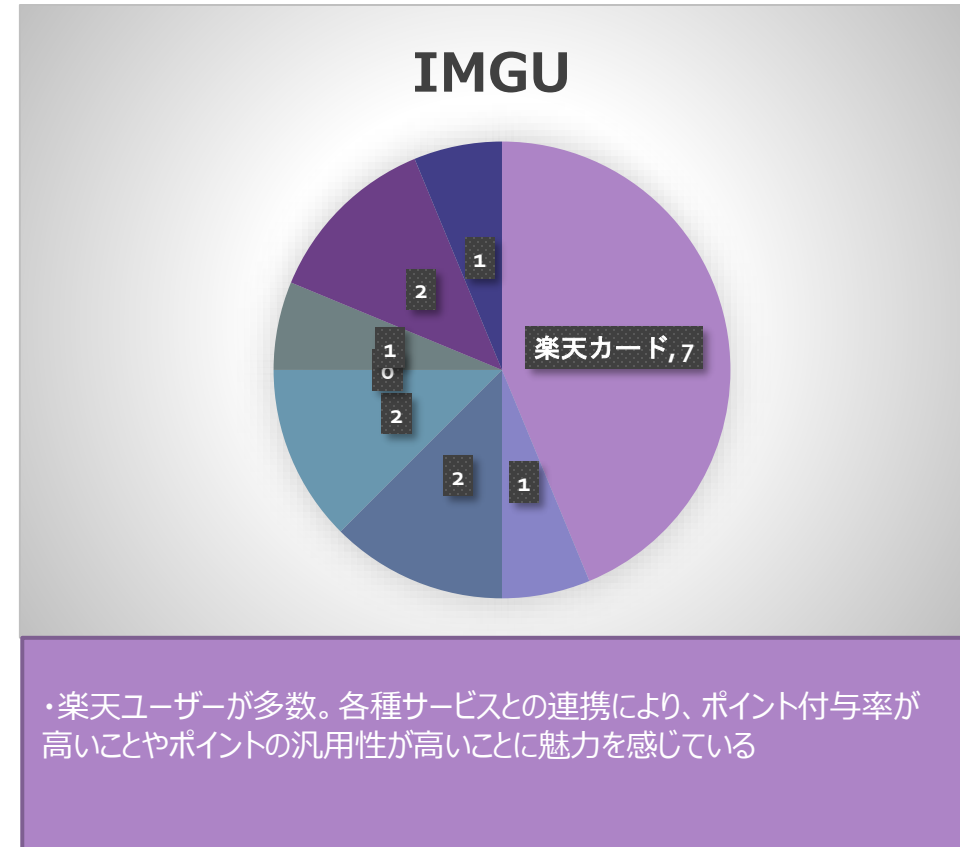
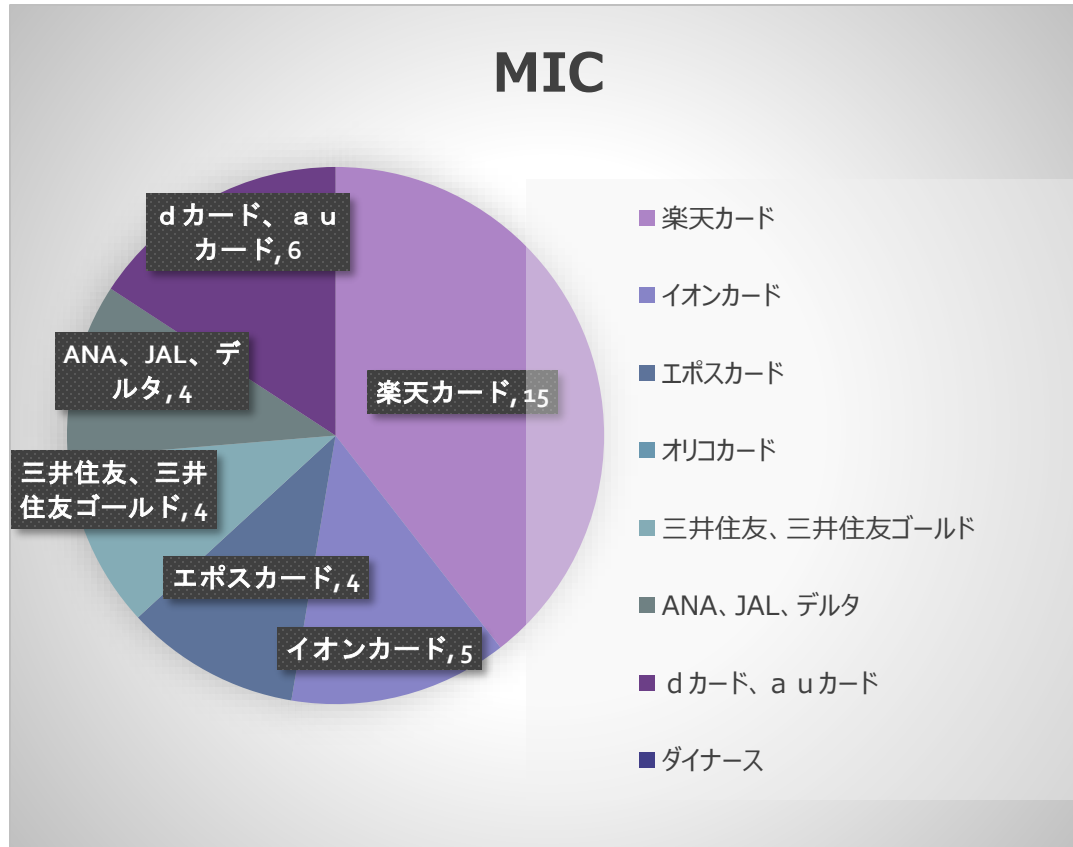


・「会社利益につながる」と考える人はMIC、IMGUともに全体の4割を占め、「愛社精神」はMIC:14%、IMGU20%

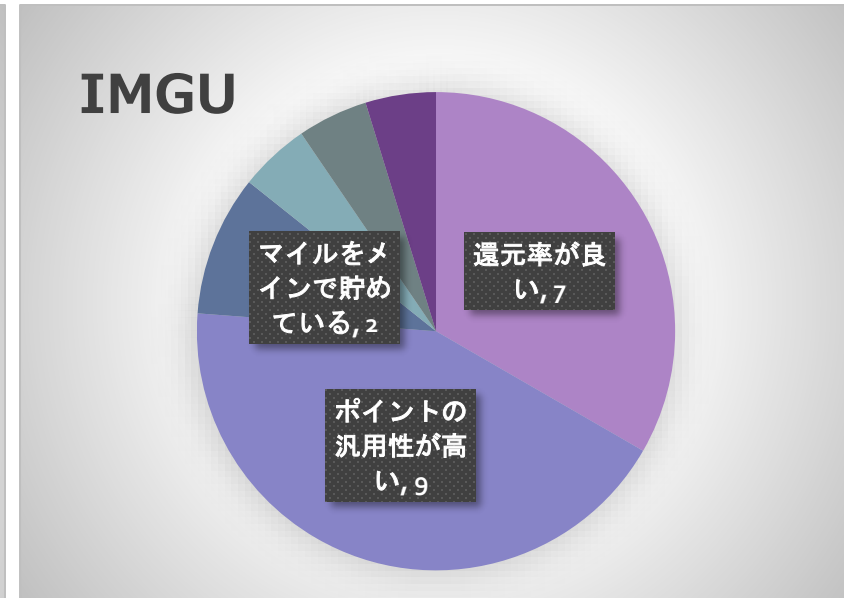
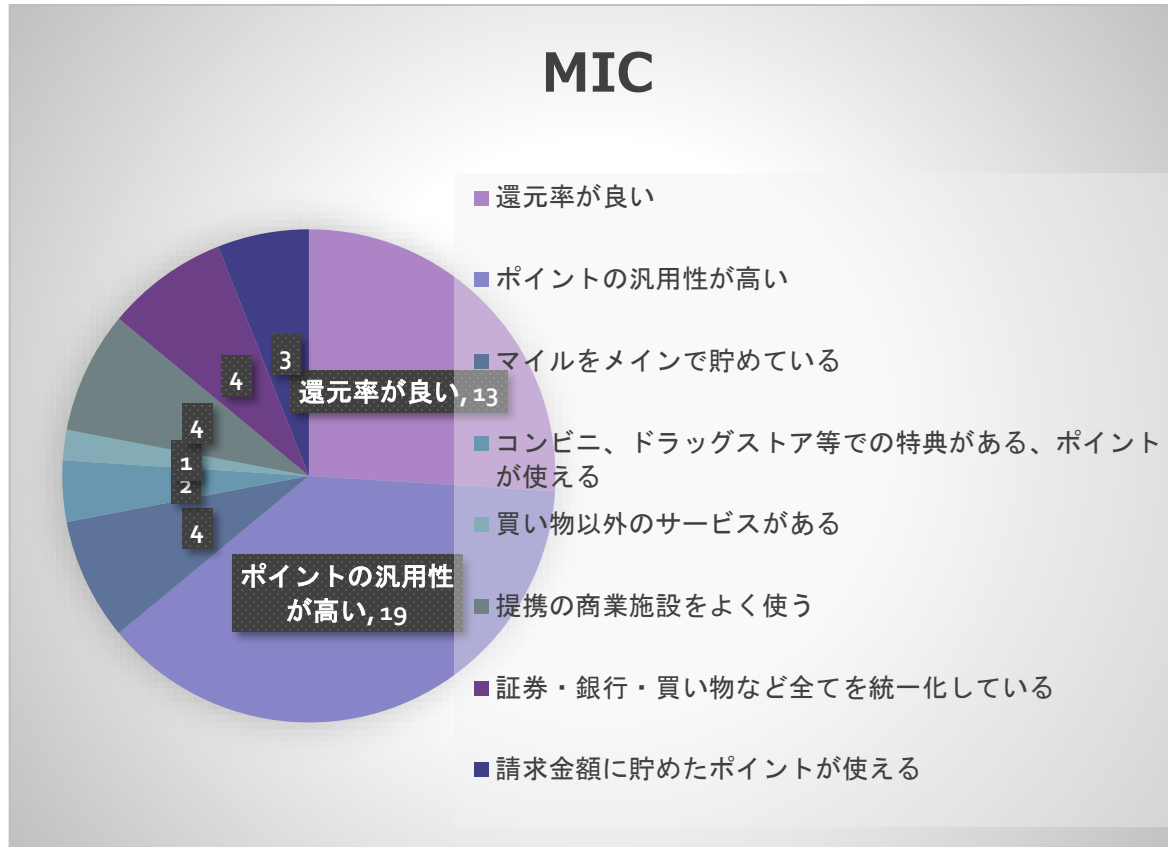
## 9) 自社カードをメインカードにしない理由を教えてください。



# 10) (自社カードをメインカードにしていない方) メインカードを教えてください。

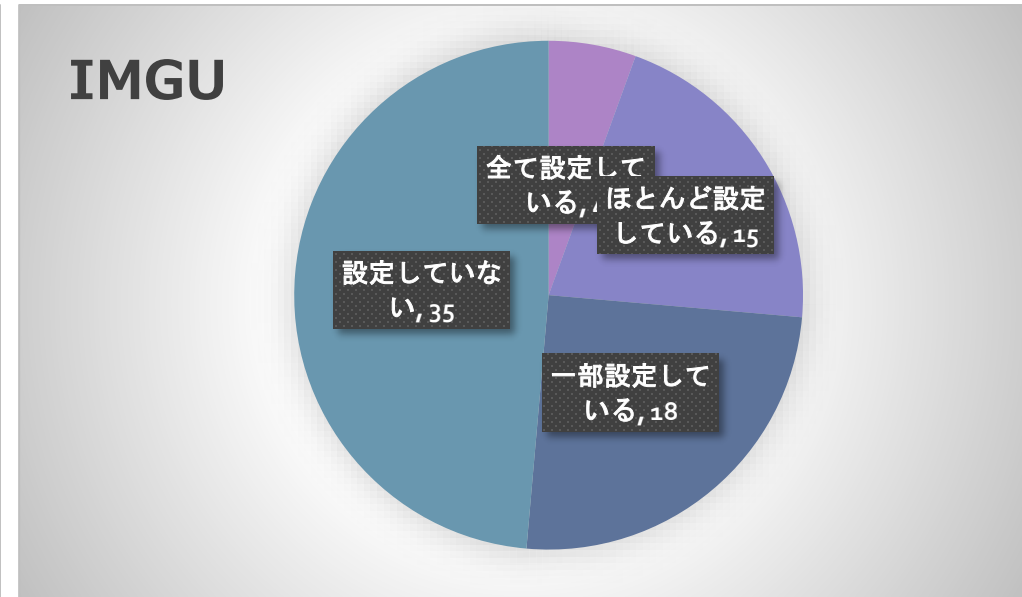
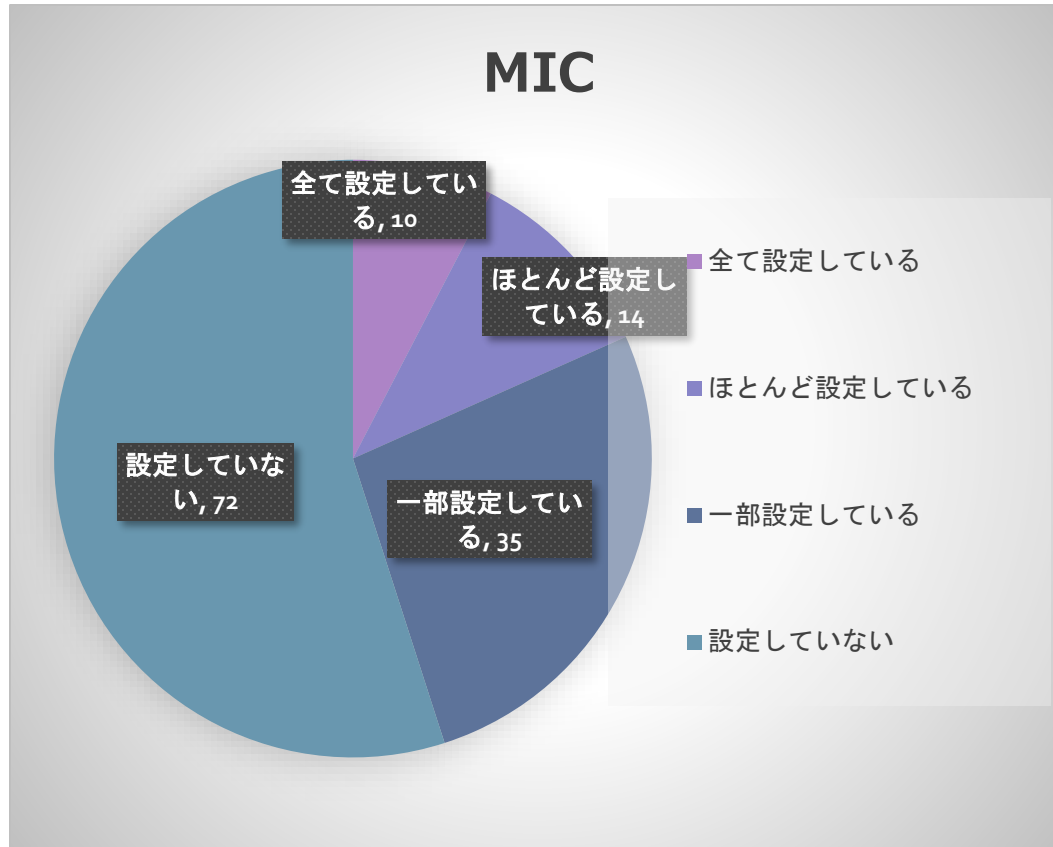


# 11) 上記をメインカードにしている理由を教えてください。



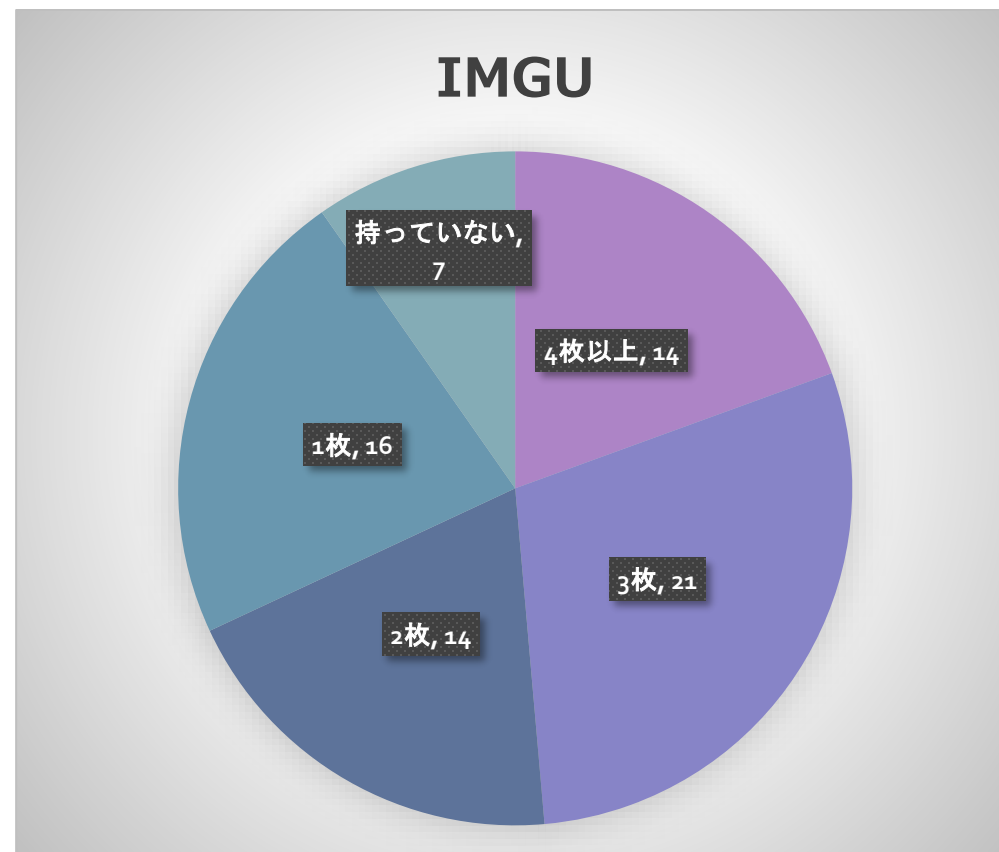
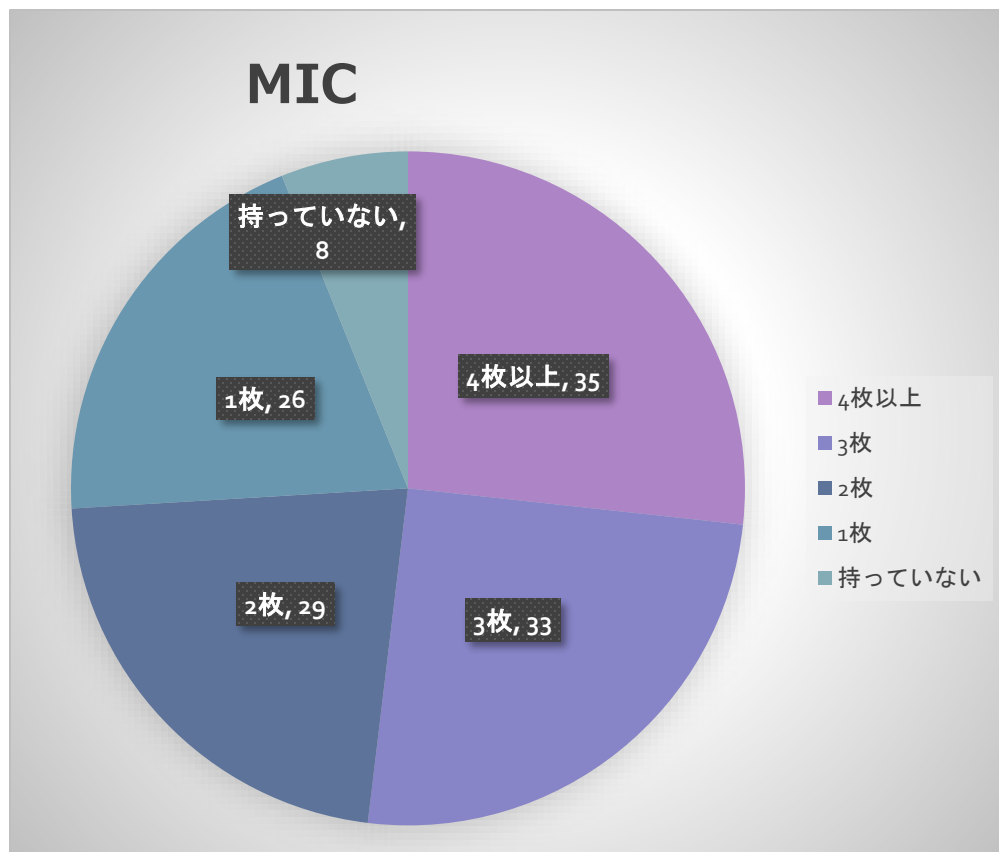
・ポイントの高汎用性を最も重視されている。  
 ・百貨店でのポイント利用がメインとなるMICは、百貨店をあまり使わない人にとっては魅力が劣る

## 12) 当社カードを公共料金等（電気・ガス・水道・携帯電話 等）に設定していますか。

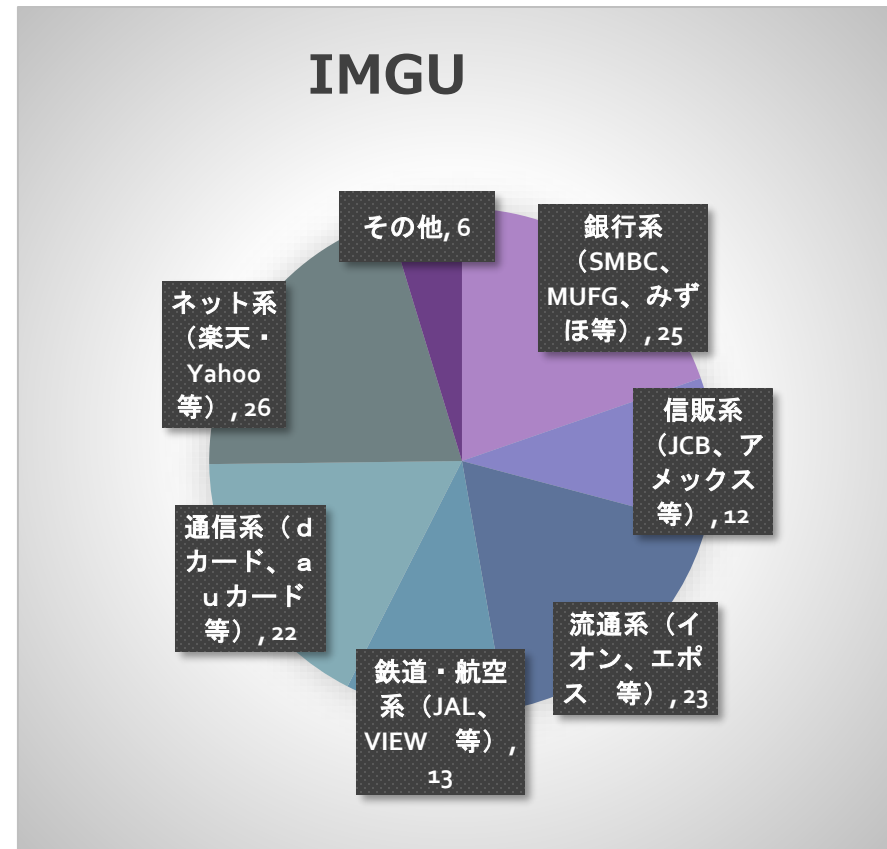
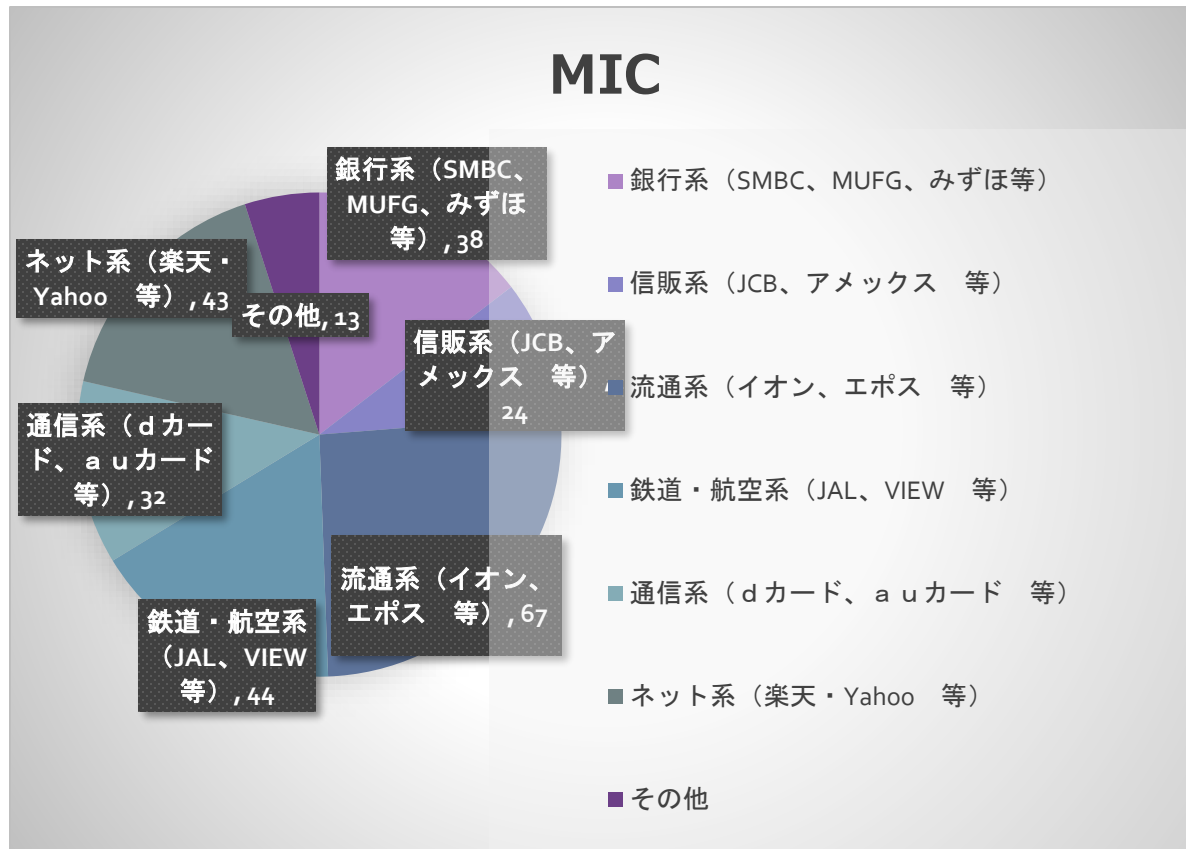


- ・家族状況（実家、単身・・・など）により状況は異なるが、半数以上が公共料金の設定をしていない。
- ・設定していない理由については今回調査をしていないが、自身が支払いをしていない、変更手続きが面倒などが考えられる。

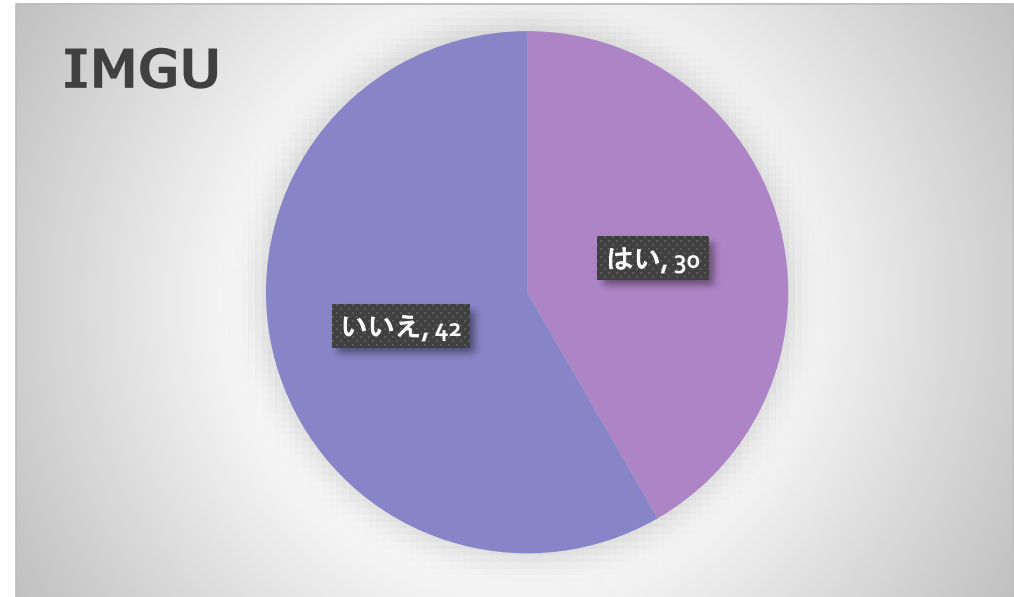
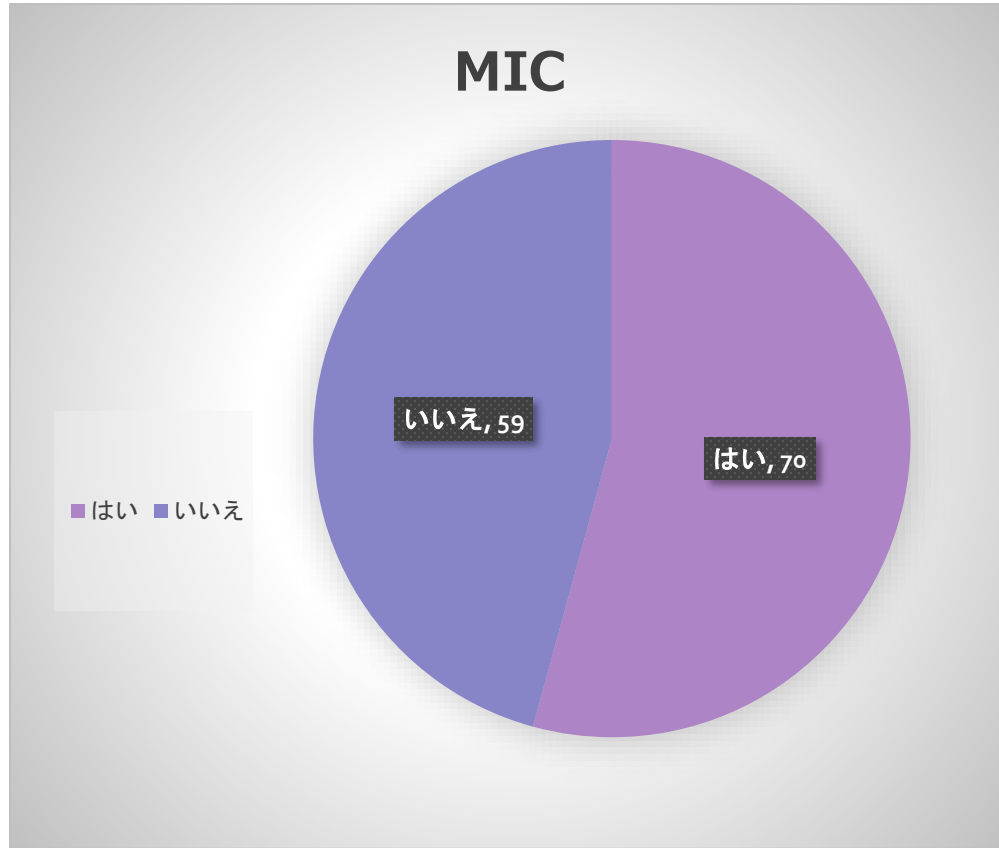
# 13) 当社カード以外にクレジットカードを何枚所有していますか。



# 14) どのような種類のカードを持っていますか。 (複数回答可)



# 15) 当社の従業員として、当社のカードを家族や友人に お勧めできますか。



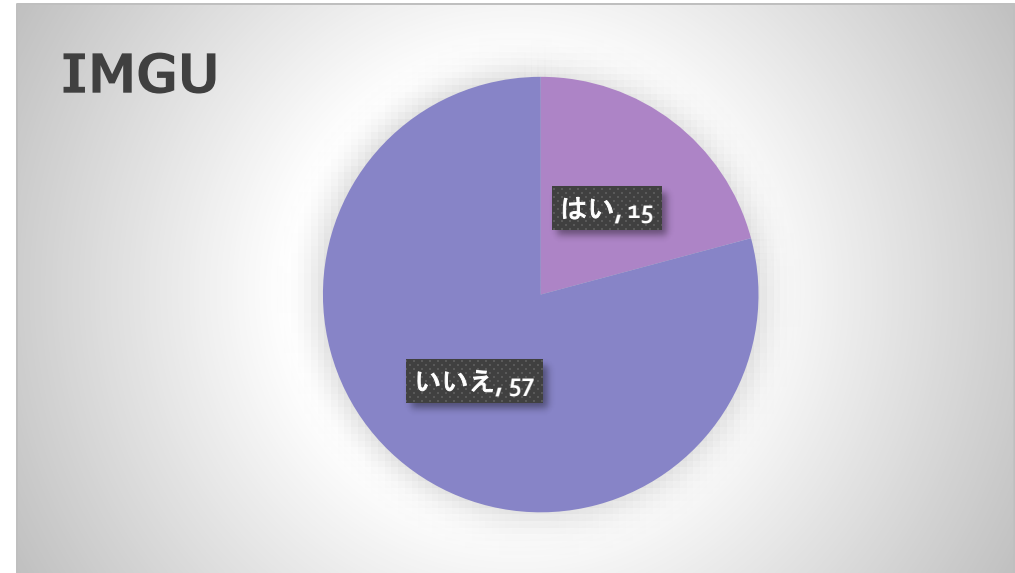
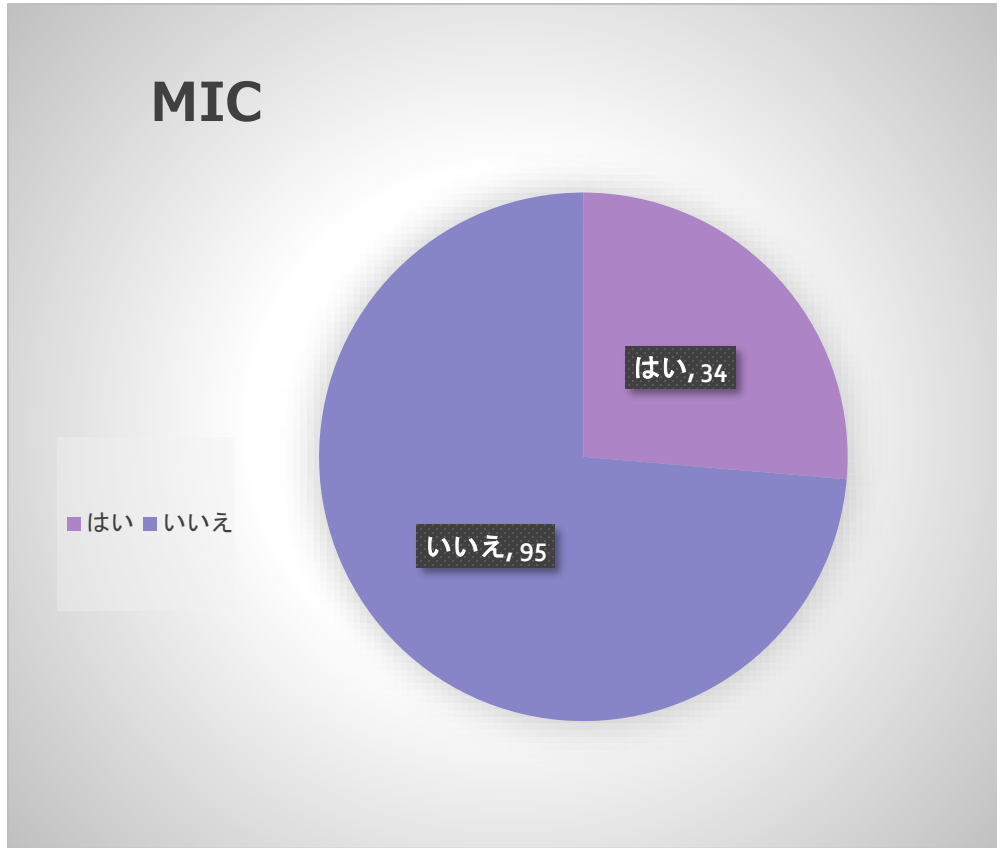
・グループ百貨店を使用する人にはお勧めできるが、それ以外にお勧めできないという結果。

## 16) その理由を具体的に教えてください。

【はい】	MIC	IMGU
三越伊勢丹グループで買い物するには一番お得だから	40	9
百貨店で買い物をする人にはお勧めできる	9	0
公共料金でも1%ポイントが貯まるから（ゴールド）	1	0
QuickPay利用がお得だから	2	0
空港ラウンジが充実している（ゴールド）	1	0
アニメやスポーツ等、その人にある場合	2	0
紛失等、万が一の場合も安心だから	3	1
獲得→利用で当社の利益につながるから	1	0
商業施設を利用する人へはお勧めできる	1	0
プロパーカードはお勧めできる	1	0
セキュリティがしっかりしている	0	1
グループの利益につながるから。グループの良い印象を周囲に与えるため	0	1

【いいえ】	MIC	IMGU
周囲に百貨店を利用する人がいない	25	7
百貨店を利用する人以外メリットを感じない	8	3
年会費が高い	7	7
グループ百貨店のない地域に住んでいる	4	2
勧誘しているようで嫌	2	0
他社を超える魅力がない	1	1
事務ミスやシステムダウンが多い	1	0
ポイントの還元率が低い、使い道が限られている	0	3

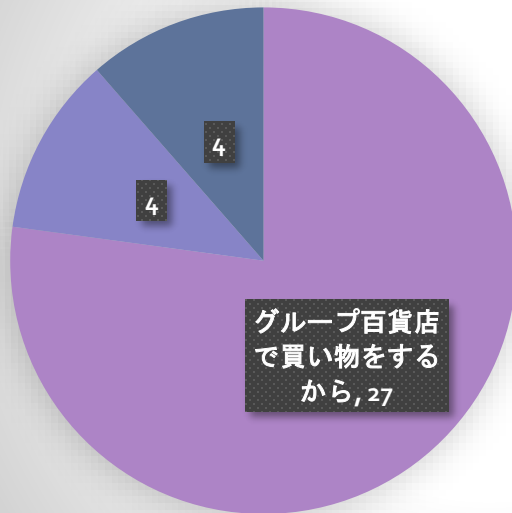
# 17) あなたが当社の従業員でなかった場合、 当社が発行するカードを所有しますか。



・MIC、IMGUともに日頃より百貨店で買い物をしない従業員が多数  
・「百貨店でよく買い物をする」「百貨店が好き」という人は少数派。

## 18) (はい) その理由を教えてください。

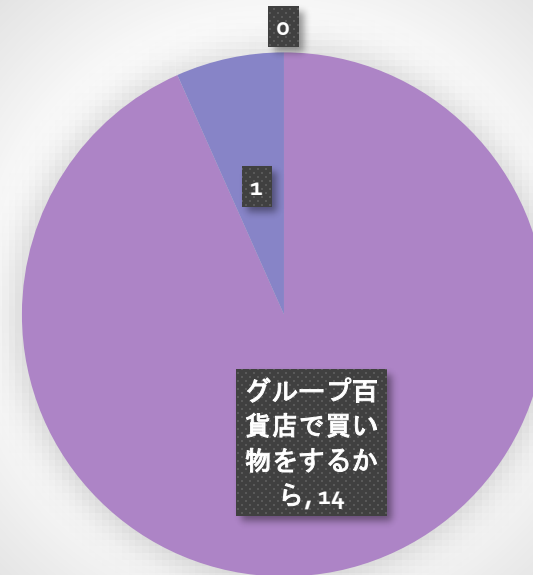
### MIC



- グループ百貨店で買い物をするから
- カードサービスに魅力を感じているから
- 百貨店（伊勢丹）が好き、好きなブランドがあるから

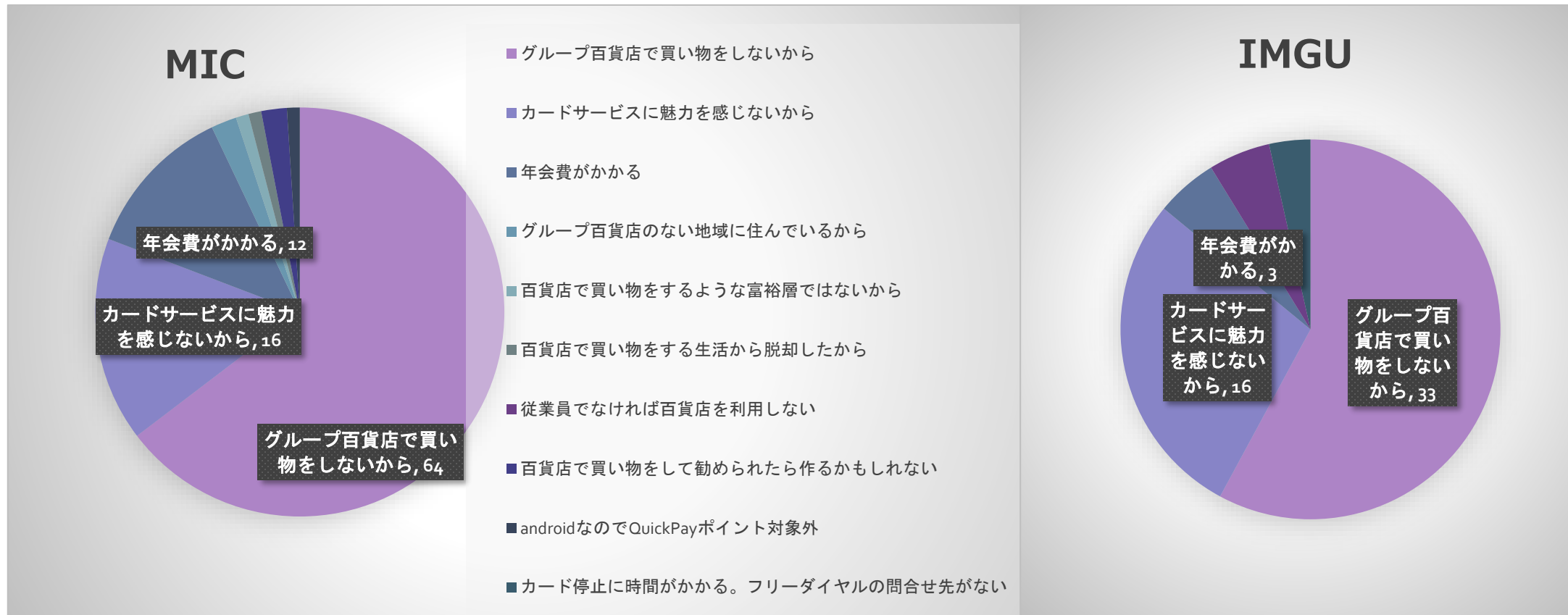
グループ百貨店で買い物をするから, 27

### IMGU

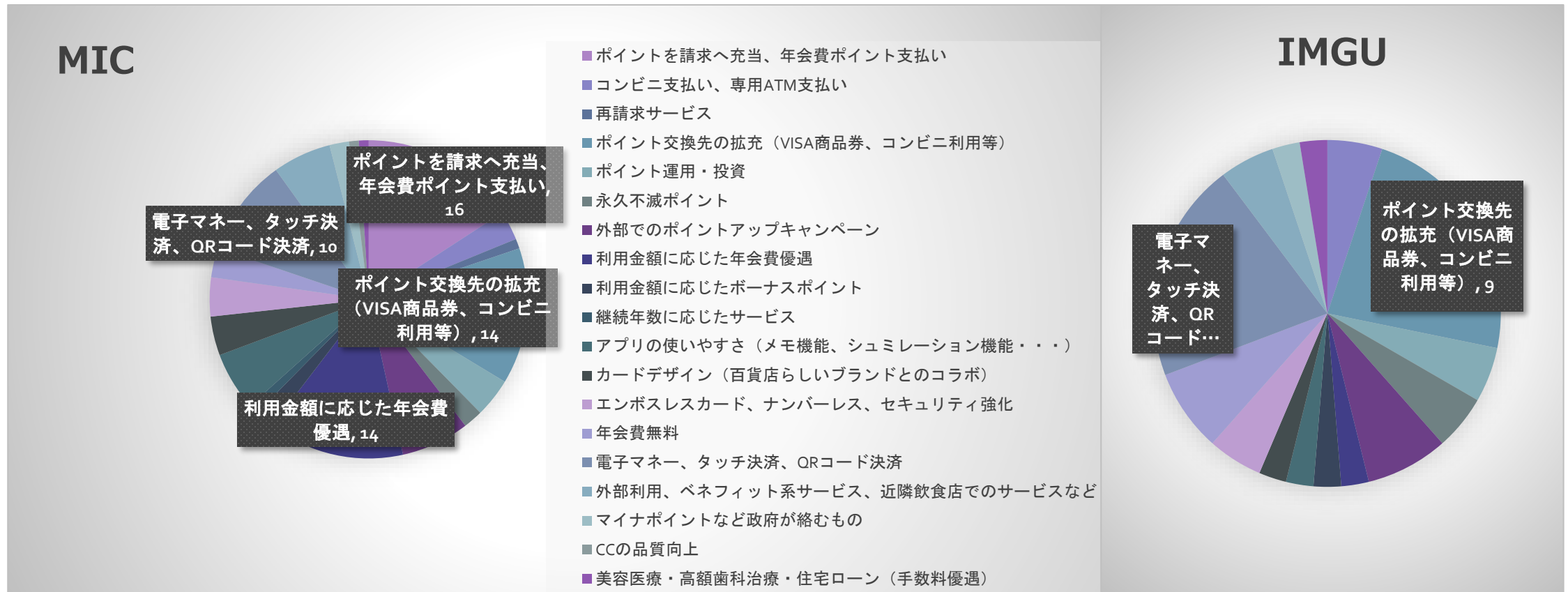


グループ百貨店で買い物をするから, 14

# 19) (いいえ) その理由を教えてください。

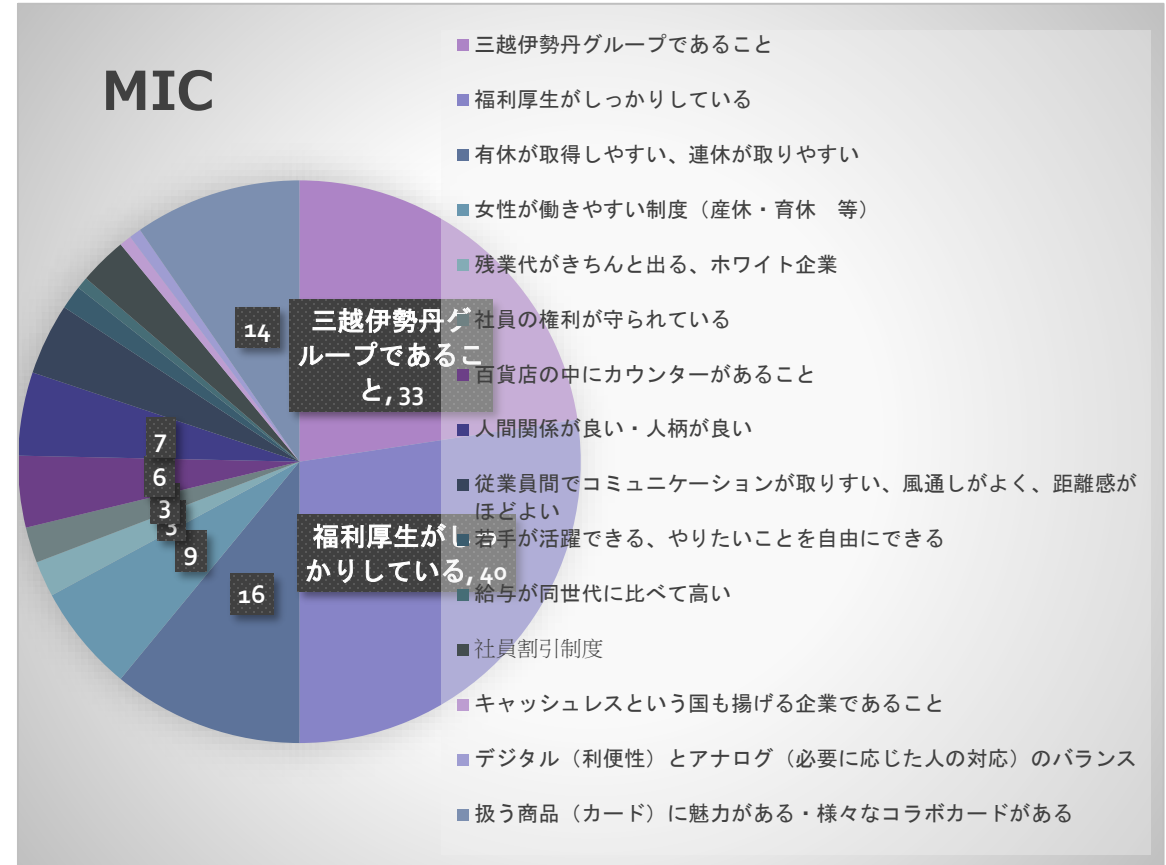


20) 当社が発行するカードに「こんな機能が欲しい」「こんなサービスがあるとよい」ということがあれば教えてください。  
 (既に他社で導入されているサービスでも可)



## 21) あなたが考える「当社（株式会社 エムアイカード）の魅力」を教えてください。（MICのみ）

	MIC
三越伊勢丹グループであること	33
福利厚生がしっかりしている	40
有休が取得しやすい、連休が取りやすい	16
女性が働きやすい制度（産休・育休 等）	9
残業代がきちんと出る、ホワイト企業	3
社員の権利が守られている	3
百貨店の中にカウンターがあること	6
人間関係が良い・人柄が良い	7
従業員間でコミュニケーションが取りやすい、風通しがよく、距離感がほどよい	6
若手が活躍できる、やりたいことを自由にできる	2
給与が同世代に比べて高い	1
社員割引制度	4
キャッシュレスという国も掲げる企業であること	1
デジタル（利便性）とアナログ（必要に応じた人の対応）のバランス	1
扱う商品（カード）に魅力がある・様々なコラボカードがある	14



# まとめ

## ① 自社カードの魅力について

⇒アンケート結果から百貨店・提携先との魅力あるサービスを企画することや、百貨店・提携先以外で利用する上での魅力をどう作るかが大切であるとあらためて感じました

## ② 百貨店従業員（お買場）への取り組み方について

ヘビーユーザーにも関わらず、一般カードを使っている現状があり、カードの魅力がスタイリスト（グループ従業員）に伝わっていないのではないかと感じました  
⇒MICの各カウンターでアピール資料を作成するよりも、会社としてスタイリストやグループ従業員へのアピールの仕方（資料作成等含む）を検討する必要があると感じました

## ③ 自社カードの利用を増やすために

自分の所属の上司が「ゴールドを持っていない」、「積極的にキャンペーンに参加しない」など、部下としては残念だと感じるケースもありました。  
⇒まず、上位職から自社カードの積極的な利用をしていただくなど、全社で一体感や帰属意識の向上に繋がる取り組みが必要だと感じました