

# 会社案内とご提案

---

# 株式会社DCM

2021年11月

● 会社名	株式会社DCM (DCM Co.,Ltd.)
● 会社設立日	2020年1月10日
● 営業所所在地	〒104-0033 東京都中央区新川1-16-3 住友不動産茅場町ビル2F CIL内
● 代表取締役社長	松本 隆之
● 資本金	3,500万円 (2021年10月増資後)
● 決算月	7月
● 業務内容	金融、キャッシュレスに関するコンサルティングサービス 日本に進出する外国企業向けコンサルティングサービス及び営業開発業務 共通ポイントに関するコンサルティングサービス
● 業務提携先	<a href="#">CardInfoLink</a> 、 <a href="#">RING BELL</a> 、 <a href="#">NTTドコモ</a> 、 <a href="#">Link Processing</a> 、 <a href="#">J.W.WORKOUT</a> <a href="#">UnionPay International</a> (銀聯国際)、 <a href="#">valuedesign</a> 、 <a href="#">三井住友海上火災保険</a> 、
● 取引銀行	りそな銀行
● 加盟団体等	<a href="#">東京商工会議所会員</a> <a href="#">全国共通商品券推進協議会</a> <a href="#">世田谷まちなか観光交流協会会員</a> <a href="#">全国商店街支援センター</a> 商店街よろず相談アドバイザー(松本・宇川) <a href="#">UnionPay</a> (銀聯国際) 協力会社 株式会社NTTドコモ九州支社 協力会社
● お問い合わせ	<a href="mailto:info@dcmjapan.com">info@dcmjapan.com</a>
● WEBサイト	<a href="http://dcmjapan.com">dcmjapan.com</a>

## 代表取締役社長 松本 隆之



- 立命館大学法学部卒
- 株式会社ジェーシービー  
法人カード、ゴールドカード、銀行でのカード戦略企画・営業推進、企業提携カードの新規開拓、ETCカード企画立案と営業、ドコモカードの立案と営業推進等を実施。
- 株式会社NTTドコモ  
DCMXカード営業担当。特約店やiDの営業。第一法人営業部にて銀行、生損保等、金融機関を担当し、担当回線を200万回線(担当前の約10倍)に拡大。
- 株式会社DCM 代表取締役会長兼社長
- 日本空手道芦星会 代表師範 [roseikai.com](http://roseikai.com)

## 取締役 土居 忠司



- NTTファイナンス株式会社  
NTTグループカードを立ち上げると共に、NTTコミュニケーションズ、NTT東日本・西日本、NTTドコモへのカード決済導入に尽力。
- 株式会社NTTドコモ  
DCMX(現dカード)及びdポイントの立ち上げに寄与すると共に、dカード特約店、dポイント加盟店の拡大に尽力。直近では第一法人営業部にて金融機関へのアカウント営業とd払い、dポイントのキャッシュレス推進を担当。

## 取締役 川勝 実之

- 立命館大学法学部卒
- JCB 国際本部にて5年間の海外駐在を含む10年以上JCBの海外展開業務に携わる。
- Currency Select(英国/豪州の会社)  
日本で初めてDCCを実現。提携先の開拓営業からシステム接続プロジェクト管理、サービス開始後の事業推進まで、日本での事業責任者として9年間務める。
- UnionPay International(銀聯国際)  
Business Development Managerとして、システム案件からブランドレギュレーション管理等、メンバー各社との調整を担当。

## 新規事業開発 宇川 優美

- 明治大学法学部卒
- 一般社団法人日本百貨店協会  
まちづくり・地域百貨店活性化事業、広報事業、教育事業開発等を担当。また、2005年4月～2020年3月まで、インバウンド事業を担当。国交省、経産省、農水省、財務省等との政策調整を行った。2014年の改正免税制度(消耗品が免税対象品目に追加)では実務責任者として流通業界の取り纏めに尽力。日本百貨店協会が毎月発表するインバウンド売上の立上げにも携わる。現在でも、日本で唯一のインバウンド経済指標であるため、政官財、マスコミが注視している。

# DCM



DCMは、NTTドコモ、カタログギフトのリンベル、モバイルアプリや決済のプロセッシングサービスを提供するCardInfoLink、ウォレットサービスを提供するインキュリオン、UnionPay Int'l日本支社等、その分野をリードするソリューション企業との協業で、DX推進や地域振興のための総合的なご提案、お手伝いを致します。

### 地域でのDX推進



地域でのDX推進には、①自治体による施策推進と②住民の意識改革や身近なツールであるスマホやタブレットの積極活用、この2点を戦略的に展開する必要があります。DCMでは、シニア向けスマホ教室や法人向けセミナー開催等のお手伝いをいたします。

### 地域振興支援 ~インバウンド~



地域振興には、観光客の呼び込みが不可欠です。世界最大の中国のカードブランドUnionPay協力会社であるDCMが、誘客と地域内の観光資源プロモーション等のお手伝いをいたします。

### 役所内でのDX推進



各種業務用タブレット、議会内でのタブレット活用、WEB会議とチャットを組み合わせたコミュニケーションツール、防災等に関する様々なDXをご提案いたします。

### キャッシュレス



地域通貨、プレミアム商品券のデジタル化等、キャッシュレス決済やペーパーレス化のソリューションをご提案いたします。

### 教育タブレット



教育用SIM付タブレットをご提案すると同時に、京都や沖縄から発信する伝統産業/伝統芸能のオンライン授業コンテンツをご提案いたします。授業サンプルは、右のQRコードからご覧ください。

京都伝統工芸リモート授業  
第一回 安藤人形店



# DCMからのご提案

## DXをベースとした各施策

- ① 地域のドコモショップと連携したシニア向けスマホ教室の展開
- ② 商工会議所や商工会など、地域の団体と共催での法人向けDXセミナーの開催

## 役所内でのDX

- ① 各種業務用タブレットのご提案
- ② 議会内でのタブレット利用のご提案
- ③ WEB会議とチャットを組み合わせたコミュニケーションツールのご提案
- ④ 防災DXのご提案

## 地域振興策

- ① 地域通貨、プレミアム商品券のデジタル化等、キャッシュレス、ペーパーレス化のご提案
- ② 地域内の観光資源を活用した「地域の観光活性化」
- ③ インバウンド客誘客のご提案
- ④ ふるさと納税における体験型商材開発のご提案

## 教育タブレット提案

- ① SIM付タブレットのご提案
- ② 京都や沖縄から発信する伝統産業/伝統芸能のオンライン授業ご提案
- ③ いじめの元凶にしないためのタブレット/スマホ使い方教室 先生や保護者とのルール作りをご提案

# ご提案の具体例

## DXセミナー企画



### ●セミナープログラム案

- ・企業のDXを支援するドコモの取り組みとソリューションのご紹介
- ・テレワークを助けるコミュニケーションツールのご紹介

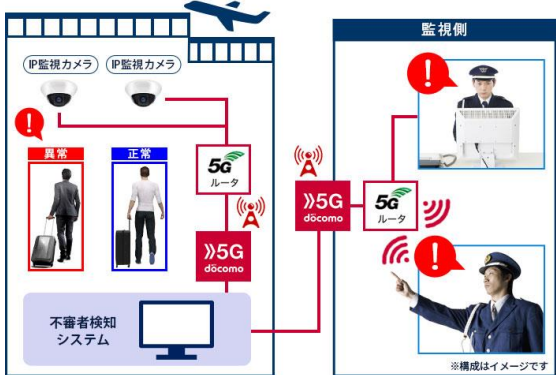
(左の写真は熊本県津奈木町商工会で開催したDXセミナー(2021/10/5))

### ●2021年11月開催スケジュール

- ・11/15水 俣市
- ・11/18 芦北町
- ・11/19 人吉市

### 不審者検知ソリューション

人の行動・動作を分析し、不審者を行動に移される前に検知、重大事故の発生を未然に防止



IP監視カメラは1アカウントにつき2台設置可能です。

## 業種に合わせたソリューションのご紹介例

### IT導入補助金2021 活用のご案内 docomo

IT導入補助金は、中小企業・自営業のみならず、ITツール導入に活用いただける補助金です。

今年度(2021年度)は、例年の通常枠に加え、新型コロナウイルス対策用の特別枠(C, D類型)が設置されています。

類型	補助金申請額	補助率	
通常枠	A類型	30~150万円	
	B類型	150~450万円	1/2
特別枠	C類型 <sup>※1</sup>	30~450万円	2/3
	D類型	30~150万円	

IT投資額 45万円

補助金を活用しない場合

補助金 30万円

補助金が採択された場合

コストを抑えて社内のIT化を促進!

### 鳥獣被害わな監視装置(LPWA版) みまわローラ (カメラ付き)

全国50か所以上の自治体様に導入されている鳥獣被害対策サービス。わなが作動するとカメラで撮影し、メールでお知らせ。捕獲写真はメールから確認できるので、毎日のみまわり労力を大幅に軽減します。LPWA通信を活用しているため、携帯電波エリア外での監視が可能になりました。

わなが作動するとメールでお知らせ! LPWA通信を活用してカメラ付き!



# ご提案の具体例

## お土産をWEBカタログギフトに



- 地域のお土産をWEBカタログギフトとして提供することで、地域の一体化を図りながら地域経済のさらなる活性につなげます
- オンラインお土産サービス「みやげっと」を活用します  
作成したWEBカタログギフトには、QRコードでアクセスいただきます（左の写真は、「かながわの名産100選」）

北海道みやげっと

東北みやげっと



愛知県

瀬戸内エリア



みやげっとは「メール1通」でギフトが贈れるソーシャルギフトサービスです。旅先でのお土産が荷物にならず、メールを受け取った人が好きなタイミングで受け取る事ができます。

受け取りページは、メッセージはもちろん、写真や動画も入れることができるので旅の思い出と一緒に送ることができます。



## ご提案の具体例



### インバウンド

- インバウンド回帰に備えた観光DXセミナー企画
- インバウンド客誘客のご提案
- 世界最大の会員数を誇るUnionPay(発行カード枚数約90億枚)
- UnionPayの正規営業権を保有するDCMが、UnionPay会員に対してのプロモーションをお手伝いいたします

## 観光DXセミナー

### 目次

- 1 • まずはここから！輸出額の統計
- 2 • インバウンドは世界の競争
- 3 • コロナで越境ECが超加速
- 4 • SNSの利用状況とDX
- 5 • 「魅力ある情報」に磨き上げよう！

- インバウンド観光の意義に始まり、
- 欧・米・豪の富裕層を地方に誘致するためには？
  - 越境ECについてのヒント
  - どのように海外に情報発信すればよいか
  - 食の多様性を理解することの重要性等、地域でインバウンドに取り組む際のヒントを専門家が解説いたします。



ご提案の具体例

キャッシュレス化推進のお手伝い



- ・キャッシュレス普及の課題は、①お客様のニーズがあまり感じられない ②加盟店手数料が高い ③入金サイクルが遅い ④決済端末の導入コストが高い

これらの課題にどう対処して推進していくかをご提案いたします

[Special Report]

# CardWave

カードビジネス総合情報誌  
CARD BUSINESS & CASHLESS  
No.337

東日本経済新聞  
有償NFCタグスマホでPayPayのタッチ決済  
Suica対応の領域を拡大する楽天Edy

【特集】  
決済事業者が取り組む  
加盟店業務支援

代表取締役松本による  
業界紙への寄稿

Short Report

## キャッシュレス決済の普及促進とインバウンドリスタートで地域振興を

第③回 商店街におけるキャッシュレス普及の課題

DCM 代表取締役 松本隆之

店舗事業者の意見

キャッシュレス普及の課題を商店街の方にヒアリングすると、主に次の4点が挙がっていました。

- ①顧客ニーズが感じられない
- ②電子マネー
- ③入金サイクルが遅い
- ④決済端末の導入コストが高い

キャッシュレス普及の課題を商店街の方にヒアリングすると、主に次の4点が挙がっていました。

①顧客ニーズが感じられない

まず、ニーズについてだが、郊外型の商店街に来る消費者は高齢化しており、いわゆるDXについては対応が遅れている。店舗側からは、「キャッシュレス対応しても顧客が増える等の効果効果はなく、ただ現金がキャッシュレス決済に入替わるだけ」という意見も多い。商店街連合会の幹部による商店街現場の視察では、なかなかキャッシュレス化の進展が無く「キャッシュレス(death)」と揶揄する声も出てくるほどだ。まずは、キャッシュレス普及への取り組みの必要を改めて感じる。

店舗側への対応としては、導入メリット(接客サービス、精算や経理処理の利便性)をしっかりと提案する必要があるだろう。

②電子マネー

電子マネーはサービス開始から約20年になるが、交通系・流通系とも展開が伸びてきている。特に都市部の交通系電子マネーは駅前商店街との親和性が高く、買い物利用にも抵抗感がない。手数料はクレジットカードとほぼ同じであるが、平均利用金額は1,000~3,000円くらいのため、商店街の買い物金額と合致している。

コード決済

コード決済は国内事業者のほか、中華系系のAll Pay、WeChat Payが代表的。コロナ禍でインバウンド需要が増えたとはいえず、国内のコード決済は消費側事業者からの競争になっている。PayPayが2021年10月より手数料を変更して0%~1.0%と下げたが、楽天ペイ等、他のコード決済事業者がこのタイミングで「手数料減半」キャンペーンを行ったことで、PayPayも対抗として「3年連続」のみずまキャンペーン」を提案、実質0円に引き下げた。

③入金サイクルが遅い

クレジットカード会社は加盟店への支払いは、毎月15日締めの日元払い、月末締めの日15日目の月2日払いの一般的。電子マネーは駅前商店街との親和性が高く、買い物利用にも抵抗感がない。手数料はクレジットカードとほぼ同じであるが、平均利用金額は1,000~3,000円くらいのため、商店街の買い物金額と合致している。

④決済端末の導入コストが高い

店舗側としては、端末費用の3分の2を行政費用が負担する施策が実施された。これを利用してキャッシュレス事業者は多かったが、期間満了の半年、2020年の年初から新型コロナウイルスの拡大に伴って、4月~6月は緊急事態宣言が必要だった。

■各決済手段の手数料率の分布

●キャッシュレス決済の普及率は、1/3以下の決済手段であった。また、現金決済の割合が高くなる傾向にある。現金決済の割合は、2021年10月より1.0%と下げた。現金決済の割合は、2021年10月より1.0%と下げた。

●コード決済はキャンペーン実施により、現金では0%の割合が高い。

	クレジットカード	交通系電子マネー	その他電子マネー	コード決済
現金	2%	9%	10%	43%
1%未満	3%	6%	6%	8%
1%以上2%未満	2%	2%	4%	4%
2%以上3%未満	6%	6%	6%	7%
3%以上4%未満	9%	9%	9%	5%
4%以上5%未満	39%	43%	40%	20%
5%以上6%未満	21%	21%	15%	7%
6%以上7%未満	7%	3%	3%	2%
7%以上8%未満	10%	3%	2%	5%
8%以上	6%	3%	3%	6%
合計	650	301	300	653

※出所: 経済産業省「キャッシュレス決済実証実験センター」統計調査より

主な決済事業者の入金サイクルと振込手数料

決済手段	入金サイクル	振込手数料
クレジットカード	毎月15日締め、月末締め、翌月2日払い	0%
電子マネー	毎月15日締め、月末締め、翌月2日払い	0%
コード決済	即時決済	0%

かかったのが実情だろう。東北地区での実証実験で、利用額4,000円を予定した店舗が1/3しかできなかった。店舗が予定の金額にも満たなかった事例も、再度端末コストを補助するようキャンペーンが実施される。

さらに、スマホをベースとした汎用型の価値な端末提供が求められる。クレジットカード決済と対応した決済方式の導入が実現し、導入しやすくなった。

【三方良し】の協業を期待

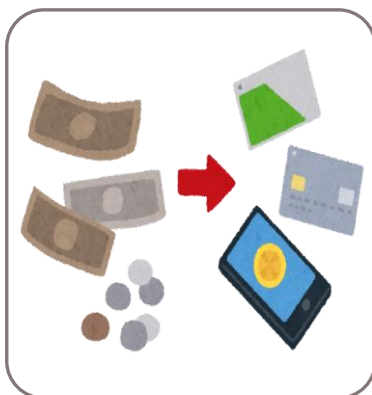
加盟店の手数料、支払の早期化、端末コストは、今般のキャッシュレス推進に前からの課題であり、すぐに解決できるものではない。DX推進の動きや端末での価値な業務対応の期待、資金、与信など多くの課題に対応していく必要がある。ただ本業として、キャッシュレス対応することで売上も増え、対応する店舗も増えるだろう。

現在、自治体は個人消費の回復や商業振興策として、紙ベースのプレミアム優待を発行しているが、DX推進にも対応する必要がある。

2021年9月1日にデジタル庁も設置されたこと、エゴサで増えたんだ決済を上げるため、自治体もキャッシュレス化を進めたいと期待されている。

自治体と協業、各事業者の協力でスマホなどのコード決済の導入、店舗側のペーパーレス化に対応した、キャッシュレス決済を促進して消費者、商店街、キャッシュレス事業者の「三方良し」の協業を期待したい。

## ご提案の具体例



### プレミアム商品券のデジタル化

- 地域通貨、プレミアム商品券のデジタル化等、キャッシュレス、ペーパーレス化のご提案
- 現在りそな銀行、鹿児島銀行、新生銀行等で採用されている Infcurion社のWallet Stationの機能を活用し、プレミアム商品券のデジタル化をご提案いたします

## お問い合わせ

MAIL : [info@dcmjapan.com](mailto:info@dcmjapan.com)

WEB : [dcmjapan.com](http://dcmjapan.com)