



生活経済ジャーナリスト
和泉昭子

日本FP協会CFP認定者。OLからアナウンサーを経て、現職へ。各種メディアで、お金とキャリアに関する情報を発信中。近著に「シングルのための夢をかなえるマネー作法」(日本経済新聞社)

OL economic terms
経済用語事典

“現金代わり”を超える電子マネーの仕組み

「シャリ〜ン」。都心のコンビニなどで、携帯電話を専用端末にかざし、支払いを済ませるOLを見かけることが増えてきた。ケータイ片手に、駅の改札をスマートに通り抜ける光景も。電子マネーが急速に広まっている。

電子マネーとは、文字通り、貨幣価値をデジタル情報で表現するもので、現金やクレジットカードを使わなくても買い物ができる、インターネット上での決済が容易になる手段だ。大きく分けて、ICチップを埋め込んだカード型と、パソコン上でデータ管理を行うネットワーク型の2種類ある。

代表的なもの1つが、プライベート型電子マネーのEdy。あらか

じめ自分でチャージ(入金)しておけば、店のレジにある端末に軽くタッチするだけで、支払いが完了する。小銭でおサイフがパンパンになったり、おつりのやりとりをする煩わしさから解放されて、とても便利。残高がなくなった場合は、再チャージすることで繰り返し使える。

カードや携帯電話だけでなく、時計やキーホルダーに機能が付いているものもあり、今後はさまざまなグッズがサイフ代わりになりそうだ。

最近では利用できる店も増えて、ますます使い勝手が向上しそうな電子マネーだが、実は利用者以上に商品やサービスを提供する

側に大きなメリットがある。それは、「いつ、どこで、誰が、何を買ったか」というデータが、リアルタイムで取れるということ。これによって、効率的なマーケティング戦略が立てられるようになるというわけだ。

逆に言えば、私たちがどういう趣向を持ち、どんな購買スタイルなのかという情報が、知らず知らずのうちに企業に蓄積されるということも覚えておこう。もはや電子マネーは、単に“現金の代わり”を超える意味を持ち始めている。

結婚式の受付などで、ご祝儀を「シャリ〜ン」っていうのは、ちょっと味気ないけどね。

▶この記事に関する意見・問い合わせ シティ編集部 ☎03(5208)4520