

ライフコーポレーション 電子マネー「LaCuCa」^ラ^ク^カ 決済スタート

ライフコーポレーションは7月15日(金)より、ライフのポイントカードと一体化した自社型電子マネー「LaCuCa」(ラクカ)を使用するサービスの開始する。

「LaCuCa」を使用するサービスは、近畿圏ではセントラルスクエア5店舗(北畠店、高殿店、西宮原店、森ノ宮店、西大路花屋町店)で7月15日(金)から、首都圏では3店舗(セントラルスクエア押上駅前店、神田和泉町店、新御徒町店)で7月23日(土)からスタートする。なお、8月23日(火)からライフ全261店舗に導入予定となっている。

「LaCuCa」は事前にチャージ(入金)した金額内で商品を購入することができ、小銭の授受が不要となるため、レジ精算時にスムーズな支払いが可能となる。



「LaCuCa」カードイメージデザイン

【LaCuCa マネー】

- ・チャージ上限額：50,000円(1回あたりの最大チャージ上限額は45,000円)
- ・チャージ方法：現金チャージのみ
ライフ直営売場レジ、サービスカウンター及び店内に設置されている専用チャージ機にて、現金1,000円単位でチャージが可能。
※セルフレジでは、会計時に発生する残高不足分に限りチャージが可能。
- ・利用場所：ライフ直営売場およびサービスカウンター
※テナント(シューラールを含む)では利用不可。
- ・残高有効期限：5年間(最終の利用日・チャージ日より)

【LaCuCa カード】

- ・申込方法：ライフ各店のサービスカウンターにて即時発行
- ・カード発行手数料：100円(税込)
※2017年8月末までは、カード誕生キャンペーンとして発行手数料を無料。
- ・入会条件：16才以上

1
契約企業以外の閲覧・利用、非契約者への譲渡を固く禁じております。
不正利用は利用規約違反であり、著作権法に抵触する恐れがあります。

- ・ライフポイント：①ライフでの買い物 200 円（税込）毎に 1 ポイント進呈
② LaCuCa マネー決済時、300 円（税込）毎に更に 1 ポイント進呈
※ LaCuCa マネー決済ポイントは一部対象外有。
- ・ポイント有効期限：購入月から 1 年間

※現行のポイントカードから切り替える際は、本人確認ができる書類（健康保険証など）が必要。

※現行ポイントは引き続き利用可能。

近年、電子マネーの普及が加速しており、小売業や外食、サービス業などにおいて、電子マネーは現金やクレジットカードに並ぶ決済方法になりつつある。電子マネー使用の消費者側のメリットとしては、決済・精算時に現金や小銭が不要になることでのストレス軽減や、ポイントカード一体化によるポイント付加などの利便性の向上が挙げられる。デメリットとしては、事前のチャージが必要なことやチャージ限度額が決まっており高額商品の購入に向かないこと、利用可能店舗が限られることなど。

導入企業側のメリットとしては、レジ待ち行列解消、顧客の囲い込みと差別化、客単価アップ、釣り銭間違い減少や集計業務削減など、売上げアップと生産性の向上を図れる。また、顧客の購買履歴などもとることが可能。デメリットとしては、カード読取機の設置などのインシャルコストとランニングコスト（決済手数料＋通信費用）が必要であることなどが主といえる。

ファミリーマート 「ファミマTカード」1,000万人突破

ファミリーマートは同社の会員カード「ファミマTカード」の会員数が、6月末時点で1,000万人を突破したことを発表した。

「Tカード」は会員数5,894万人（5月末時点）と、日本の人口の約45%に相当する規模の共通ポイントカード。「ファミマTカード」は通常のTポイントサービスに加え、ファミリーマートならではの特典を付加した独自のTカードとして2007年11月に誕生した。

現在、Tポイントアライアンス企業は151社・535,208店（2016年5月末）あり、日本最大級のポイントサービスとして拡大し続けている。同社では、2010年10月のTUTAYAとの相互送客キャンペーンを皮切りに、さまざまな“Tポイントアライアンス企業”と連携した取り組みを実施。一例として、2016年1月に実施したカメラ等を販売する企業との取り組みにおいては、同店の主要来店客層であるシニア層に対し、ファミリーマ

ートで使用するクーポン券を発行することでファミリーマート店舗への送客促進をするなど、各社が持つ資産を共有することで単体では成しえない効果を発揮してきた。

また、2009年10月からは利用客の誕生月にクーポン券を発行するなど、カード会員のデータから得られる情報により個々の会員に最適なアプローチを行う「ロイヤルカスタマー優遇システム」を導入した他、2014年7月から月間の利用金額に応じて貯まるポイントを変えた「ファミランク」を開始するなど、利用客の嗜好やライフスタイルに合わせたきめ細やかなサービスを提供している。

2015年12月からは、ファミマTカード会員に購入商品へのアンケートを実施し次なる商品開発に活用するなど、商品はもちろんのこと、サービス開発などにも活用していくことで、小商圏における生活インフラとして利用客の不便を解消する仕組みづくりを図っている。

**契約企業以外の閲覧・利用、非契約者への譲渡を固く禁じております。
不正利用は利用規約違反であり、著作権法に抵触する恐れがあります。**