



働く女性の
マネー講座



弁護士
伊藤亜紀さん

1972年広島県生まれ。慶應義塾大学法学部卒業後、NHKに入局。退職後、司法試験を受け合格し、2002年に弁護士登録。現在は片岡総合法律事務所に決済ビジネスの法務を担当する。著書に「電子マネー革命」(講談社現代新書)がある。

意外と知らない電子マネーとポイントの違い ポイントの「マネー」化で 境界がより曖昧に

気がつくと財布の中にカードがぎっしり。どれが電子マネーでどれがポイントカードか区別がつかない。そんな人も少くないのではないだろうか。弁護士の伊藤亜紀さんに、電子マネーとポイントについて、知っておくべき知識を解説していただいた。

	電子マネー	ポイント
形態	カード型、携帯電話一体型、ネット流通型など	発行元によりさまざまが、カード型が主流
法規制	あり(資金決済法)	なし
利用法	現金をチャージ(※1)。端末のある施設、店などで利用	支払額に応じて蓄積。発行元の店舗などで利用
交換比率	原則として現金と同じ価値	他のポイントや電子マネーとの交換比率は発行元が独自に決定
リスクは?	チャージしたカードや携帯電話の紛失	カード紛失、発行元によるレート切り下げやポイントサービス自体の廃止
その他	チャージ分を現金として送金することが可能(※2)	他のポイントや電子マネー、現金との交換が可能(※3)

※1 事後的に精算するタイプの電子マネーもある
※2 これができるのは資金決済法で定める「資金移動業者」のみ
※3 交換の可否、交換レートなどはサービスによって異なる

社会インフラとなつた
電子マネー

今や、生活シーンで広く使われるようになった電子マネーは、SuicaやPAS MOなどの「交通機関系」、WAONやnanacoなどの「流通系」、Edyなどの「独立系」に大別できます。

最初に一般向けに実用化された電子マネーはEdyとSuicaで、サービス開始はともに2001年でした。その後07年になつた。そのASMO、WAON、nana COといったサービスが始まつてユーザー数が一気に増加。さらに今年4月には、電子マネーの利用者保護などを定めた資金決済法が施行され、いよいよ電子マネーが社会インフラとして法的に認知されることになりました。

交換や共通化で高まる ポイントの利便性

一方、企業や店舗が独自に発行しているのがポイントです。これは支払額に応じて提供される「おまけ」のようなもので、電子マネーとは法的な位置付けが異なりました。

しかし、電子マネーには、データを読み取る端末がサービスごとに異なるという問題もあります。今後は、端末を共通化する動きが加速することも予想されます。

らした最大の変化は、「少額の買い物をキャッシングレスで行う」という新しいライフスタイルが生まれたことであります。例えば電子マネーをチャージしておけば、現金を持ち歩かなくてもコンビニや駅の売店などで簡単に買い物ができるようになります。

なります。ポイントは、顧客をリピーター化する有効な仕組みとして使われてきましたが、数年前に大きな変化がありました。発行主体の異なるポイントを交換できる「ポイント交換」が盛んになったのです。例えば飛行機のマイレージとして使われる仕組みです。また近年、幅広い事業者が提携して「共通ポイント」を発行するサービスも始まりました。現在は、TカードとPointaが2大共通ポイントカードとなっています。今やポイントの使い勝手はおカネに近づいています。

なります。ポイントは、顧客をリピーター化する有効な仕組みとして使われてきましたが、数年前に大きな変化がありました。発行

Rosetta Stone® 円高還元キャンペーン実施中!

実用外国语ソフト販売のロゼッタストーン・ジャパンでは、現在お得な円高還元キャンペーン実施中! ネイティブの発音を聞き、実際に自分で口に出して「話す」トレーニングで効果的に会話を身に付けることができる話題のソフト。英語や中国語など31言語。ホームページまたは、お近くのロゼッタストーン・ストアでは、ロゼッタストーンのユニークなメッシュドを無料でお試しいただけます。この機会にぜひ一度体験ください。



キャンペーン期間は
12月31日まで。

NIKKEI丸の内キャリア塾 第60回レギュラーセミナー

「成果を出せるチームマネジメント」を開催

多くの働く女性がチームリーダーとして、成果を出すためのチームマネジメントに取り組んでいます。今回は、日本の行動科学(分析)の第一人者である、行動科学マネジメント研究所所長の石田淳さんをお招きします。チームマネジメントに加え、何かを続けていける方にもヒントが見つかります。

■日時 / 2011年2月22日(火) 18:30開場 19:00 開演

■会場 / 日経ホール(東京都千代田区大手町1-3-7 日経ビル3F)

■定員 / 500人(女性優先) ■受講料 / 3,000円

講師 石田 淳さん(行動科学マネジメント研究所所長)
アメリカの行動分析・行動心理学に基いたマネジメント手法を日本人に適した「行動科学マネジメント」にアレンジ。「3日で営業組織が劇的に変わる行動科学マネジメント」(インフォレット出版)など著書多数。

詳細・お申し込みは <http://adnet.nikkei.co.jp> をご覧ください。

※インターネットでお申込みください。受講料のお支払いを完了された方が定員に達し次第、お申し込みを締め切らせていただきます。

●受講に関するお問い合わせ
日経スタッフ 丸の内キャリア塾事務局 ☎03-5294-2700

●内容に関するお問い合わせ
日本経済新聞社 クロスメディア営業局企画部 ☎03-6256-7533

イタリアンドルチェがアイスに 「花畑牧場 カタラーナ アイスクリーム」が新発売

「カタラーナ」とは、イタリアの伝統的なドルチェ(デザート)です。花畑牧場では、素材の持ち味を生かし、北海道・十勝産の生乳を100%使用。濃厚なプリン味のアイスクリームに、別添のカリカリとした香ばしいカラメルをふりかけて食べる、新しいタイプのアイスクリームを発売しました。ぜひお召し上がりください。

「花畑牧場 カタラーナアイスクリーム」
メーカー希望小売価格(税込み) / 330円
内容量 / 115ml (別添 カラメルチップ2g)
発売場所 / 花畑牧場 直営店(一部除く)、
全国の主要コンビニエンスストア 他

●問い合わせ先 / 花畑牧場
北海道河西郡中札内村元札内東4線311-6
フリーコール0120-929-187 (10:00~17:00)

※写真はイメージです

直輸入ワインを安く買うなら、 マイワインクラブ。

詳しくはインターネットで
<http://mywineclub.com> ▶ マイワインクラブ コース 検索



携帯で
今すぐご注文!

My Wine
CLUB

メダル受賞ワインだけを フランス各地からセレクト

フランス各地の
要賞ワインが
1本あたり 約994円(税込)

通常の仕入れ マイワインクラブ
ワインリーダー等
商社
卸売業者
小売店
お客様

代表的なワインコンクール
パリ・コンクール
フランス農業省が主催する権威あるコンクール。300年以上歴史があり、フランス各地から多数のワインが参加。審査は公正取引委員会の監視の下、厳正に行われています。

監修
ソムリエ 竹本修二氏
ワインレースラン「ミスタースターバンブス・ワインガーデン」オーナー。ワイン雑誌での執筆、講演活動などを活躍中。

3本
1年間お届け
携帯で
今すぐご注文!
毎月
3本
1年間お届け
月々 2,980円(税込)
送料無料

お申込みいただいた月から、1年間商品をお届けします。
お届けするワインはすべて、アルコール度数15度未満・容量750mlです。

My Wine
CLUB
2年連続
ワイン通販国内売上高
No.1
※D&BTSR社調べ(2008-2009年度)

メダル受賞ワインだけを
フランス各地からセレクト

品質の高さ、人気、知名度のどれをとっても他国をリードするフランスワイン。ボルドー地方を筆頭にフランスの様々な銘醸地から、コンクールメダル受賞を果たした逸品だけをお届けします。

現状では、利用者保護の在り方など法的に大きく違つた電子マネーとポイントの境界はより曖昧になつていて、それが、ともにデータ化されれば、両者があることを考へれば、両者が融合していくで

しくは自然な流れなのか

もしれません。

現状では、利用者保護の在り方など法的に大きく違つた電子マネーとポイントの境界はより曖昧になつていて、それが、ともにデータ化されれば、両者があることを考へれば、両者が融合していくで

酒ジャーナリスト、日本酒輸出協会会長
松崎晴雄さん

西武百貨店入社後、八王子店、商品部、渋谷店で食品・和洋酒売り場、バイヤーを担当。1997年に退社し、酒類ジャーナリスト、コンサルタントとして独立。デリカネットワークサービス代表。純粋日本酒協会、きき酒コンテストで30回以上にわたり名人の表彰を受け、永久名人に。

「SAKE」は世界共通語 日本酒の魅力が広がっています

今、日本酒は、世界各地でさまざまなスタイルで飲まれています。「SAKE」は世界共通語ですね。1980年代から日本酒の輸出が本格化し、世界的な和食ブームに伴って、日本酒の輸出も増えてきました。

最大の輸出先は米国です。米国人にとっては、植物と水でできた日本酒にはナチュラルでヘルシーなイメージがあります。また、水のよう見える透明な液体なのに、複雑な香りや味を持ち合っている点にも驚きを感じるそうです。

米国では、日本酒を出す「SAKEバー」や日本酒専門小売

店だけでなく、国内で日本酒を生産する業者まで登場しています。カクテルとして楽しむ例も多く、日本酒を使った「SAKE

ティー」は有名ですね。

以前、ニューヨークで日本の濁り酒を使ったカクテルを飲みま

したが、なんとそこは南アフリカ料理の店でした。かつては「日本

酒は日本料理と一緒に飲む」が

常識でしたが、日本酒の幅広さ

が伝わるにつれ、海外の人は「自分

の国料理にも合う酒」と認識し始めています。

日本を飛び出し、異国の料理

と出会い、新しい飲み方が開発

されて日本酒の可能性はさらに

広がっています。世界が認めた日本酒の新たな魅力を、日本人の人にも味わってほしいですね。

住友 住友

SAKEバー

日本酒

を出

す

「SAKE

」

日本

酒

を出

す

「SAKE

」

日本

</div