

スーパー向け電子マネー

レピカとブルーチップ 手数料割安に

ポイントカードなどの販促システムを手がけるレピカ(東京・港)は、ポイントサービス運営のブルーチップ(東京・中央)と共同で、スーパー向けの電子マネー導入支援サービスを始める。磁気カードを用い、残高や利用履歴をサーバーで一元管理し、月額手数料を売上高の1%と割安にする。導入コストを抑えた地方の小規模スーパーを中心に、まず3年で約20社の採用を目指す。

レピカの電子マネー決済システム「Point plus(ポイントプラス)」とブルーチップのポイント管理システム「BEAM(ビーム)」を連携させる。スーパーは自社の店舗網だけで使える独自の電子マネーを発行できる。

会員カードには電子マネーで一般的なICカードではなく、磁気カードを利用する。カードには会員を識別する番号だけを記載し、会員の氏名や電子マネーの残高、利用履歴などの個人情報全てレピカのデータセンターにあるサーバーで管理する。

スーパーへの営業窓口はブルーチップが担当する。同社は電子マネー会員に利用額に応じブルーチップポイントを付与する。同ポイントを集めると、商品と交換できると、商品の交換できる。

導入の初期費用をPOS(販売時点情報管理)レジ100台で100万円程度に抑える。月間手数料も売上高の2〜十数%程度の鉄道や大手流通系の電子マネーに比べ、1%と割安にする。カードの発行手数料も、磁気カードにすることで1枚

当たりICカードの10分の1程度で済むという。