

今なぜ地域通貨なのか？ その役割と可能性

～ 表町地域通貨発行事業の報告～

平成 15 年 7 月

日本政策投資銀行岡山事務所

表町地域通貨研究会

はじめに

本冊子は、昨年来、岡山市表町商店街を舞台に、産・学・官・民一体で取り組まれている地域通貨を通じたまちづくり活動の記録である。

表町商店街は、岡山市中心部の目抜き通りともいえるべき中四国有数のアーケードモールであるが、近年、他都市同様に、通行者数の減少や空き店舗の増加といった空洞化が深刻な問題となってきた。

こうした現状の下で、コミュニティ再生や商店街活性化の手段として近年、各方面で関心の高まっている地域通貨がここ岡山でも有効なツールとならないか？そんな思いで始まった勉強会がきっかけとなって、昨年11月に、冒頭の如く産・学・官・民の有志で構成される表町地域通貨研究会（会長：中村良平岡山大学教授）が発足した。

以降、研究会は、地域通貨発行に向けた検討を進め、本年2月26日には「表町地域通貨フォーラム」を開催、3月1日からは、わずか1ヶ月間の社会実験ではあったが地域通貨発行事業が実施し、現在、初回実験で得られた課題解決と実験再開に向けた検討を継続中である。

本稿は全体が3部で構成されている。いずれも、これから地域通貨を考えてみたいという他地域の方々の参考となれば幸いである。

第1部は、地域通貨発行事業の経緯や、内部での議論や活動の記録、そして今後に向けた課題などをまとめたものである。

第2部は、上記地域通貨事業における交換サービスの価格設定の基礎となったアンケート調査の分析レポートである。各地の地域通貨導入事例の中で、価格設定は相対で恣意的に決められているものが多い中で、本件は一定の論理基準や理論に基づいた決定を行ったが、その基礎調査というべきものである。

内容は、研究会のメンバーとして活動する中で、地域通貨をテーマとした卒業論文をまとめた鮫島拓也岡山大学経済学部4回生（現山口銀行勤務）の卒論を、指導教官であった中村教授が再編集したものである。

第3部は、本年2月26日に開催された「表町地域通貨フォーラム」の講演録である。

当日は、まず、当事務所の方から地域通貨の入門編的なプレゼンテーションを行った上で、中村良平岡山大学教授をコーディネーターに、今城逸雄高知商工会議所中小企業相談員、嵯峨生馬(株)日本総合研究所創発戦力センター研究員、高田美紀子表町おかみさん会会長、前田正尚日本政策投資銀行政策企画部長をパネリストに迎え、「今なぜ地域通貨なの

か？その役割と可能性」をテーマに、それぞれご自身の経験を踏まえた熱心な議論が展開された。

なお、冊子の作成にあたり、研究会会長としてご指導を賜った中村教授以下地域通貨研究会のメンバー各位と、フォーラム開催にご協力いただいた表町商店街連盟、表町おかみさん会、岡山県、岡山市、パネラー各位、並びにご参加の皆様に深く感謝申し上げたい。

2003年7月

日本政策投資銀行 岡山事務所
(表町地域通貨研究会事務局)

目 次

第 部 表町地域通貨事業の概要	1
第 1 章 経緯	1
第 2 章 事業計画概要	2
第 3 章 結果と所見	5
第 4 章 現状の議論～事業再開に向けた課題と展望～	11
（執筆：日本政策投資銀行岡山事務所 事務所長 小笠原 朗）	
第 部 ボランティアサービス価格の分析	13
第 1 章 地域通貨実験の予備調査	13
第 2 章 アンケート調査結果の解析	16
（執筆：岡山大学経済学部 教授 中村良平、山口銀行 鮫島拓也）	
第 部 表町地域通貨フォーラム講演録	43
基礎講座 「地域通貨入門」	44
パネルディスカッション「今なぜ地域通貨なのか？ その役割と可能性」	60
関係者の声	100

第 部 表町地域通貨事業の概要

第1章 経緯

1. 「プラットフォーム・MOMO」の開業

平成14年7月、岡山市表町商店街の空き店舗に、市民グループが中心になって2ヶ月期間限定のチャレンジショップ「プラットフォーム・MOMO」（以下「プラMOMO」）がオープンした。

「プラMOMO」のネーミングは、同じ時期に市内の路面電車軌道に初めて導入されたLRT「MOMO」から取ったものである。電車の運行主体である岡山電気軌道㈱の協力を得て、「MOMO」関連グッズの販売を行う傍ら、市民が気軽に立ち寄れるまちづくりの情報交流拠点（プラットフォーム）を実験的に提供してみたい、というのが市民グループの目指すところであった。

本件地域通貨事業は、この「プラMOMO」運営の中心になった市民グループの呼びかけに、岡山大学経済学部の中村良平教授や日本政策投資銀行岡山事務所のスタッフが応える形で、まさにチャレンジショップの「目玉事業」として始まった地域通貨の勉強会が発端になった。

2. 「プラMOMO」でのアンケート調査実施

勉強会は、地域通貨についての基本事項をメンバー間で共有していくことから始まったが、中村教授のゼミ4回生の鮫島拓也氏が地域通貨を卒論テーマにしたいということで、「プラMOMO」来店者を対象に「地域通貨を媒介とした交換サービスの価格を経済学的に導く」ことを目的としたアンケート調査を実施することとなった。

調査については第 部に詳しいが、その分析から、表町でやってみたい、あるいはやって欲しいサービス（街の清掃、高齢者の買い物代行、イベント手伝い等々）15項目の需給がマッチングする適正価格が概ね350円～700円の間となることが推論された。

後述する本件事業におけるボランティア活動1時間あたりの報酬単価400サーフィス（＝400円相当）という価格設定は、この調査結果を基礎にして定めたものである。

3. 表町地域通貨研究会の発足

9月末に「プラMOMO」が閉店し、市民グループが次の活動を模索する中で、表町商店街関係者に対して、地域通貨事業の実施可能性を打診したところ、先方の感触は前向きであった。

これを受けて、11月からは、商店街関係者、岡山市まちづくり関係部局の若手職員らにも勉強会参加を呼びかけ、会の名称も「表町地域通貨研究会」（会長：中村教授）として、以降、表町商店街で実際に地域通貨を発行することを目指した検討、準備が本格化する。

ることとなった。

4．表町商店街連盟への事業提案

研究会では、実施に向けての最初の課題を、商店街としての正式な事業承認と協力表明を取り付けることと考え、1月には商店街連盟（青年部）に対し、事業提案ならびに実施承認、協力要請を行い、快諾を得た。

第2章 事業計画概要

1．導入目的

各地の商店街の導入事例では、商店と顧客間、商店相互間のコミュニケーションの活性化を目的にしたものが多いが、本件では、商店街関係者の方から、商店街のイベントを手伝ってもらおうボランティアへの感謝の気持ちを地域通貨で表したい、という提案があり、また、年末以降の具体的なイベントスケジュールも決まっていたことから、一義的には、ボランティア活動の啓発手段として機能させることを目的とした。

なお、初回ということに鑑みて、ボランティア、参加商店双方にアンケートを実施して、地域通貨事業にどのようなニーズがあるのかを幅広く調査し、将来的な本格流通の可能性を探る材料を集めることとした。

2．実施時期、期間

表町おかみさん会主催の「ひなまつり人前結婚式イベント」に合わせ、3月1日をもって流通開始とし、期間については、本件事業を補助採択した岡山県、岡山市より、当該年度内でいったん事業を完了させるようとの指導があったことから、3月末日までのわずか1ヶ月間、短期的な実験色の強いものとなった。

3月開催では準備期間も十分でなく、期間も1ヶ月では短すぎるという意見もあったが、とりあえず拙速ではあっても初回実験に踏み切ってみて、課題を早期に整理して、次回につなげようということになった。

尚、3月1日に先立って、年末の「正月飾りつけ」や、2月の「落書き消し」といったイベントでも、ボランティアを募り、地域通貨の前渡し券を発行することとした。

3．資金手当

「ひなまつり人前結婚式」を地域通貨事業の一環として取り込み、イベント関連経費40万円、紙幣の印刷費用35万円、その他を含む約94万円の事業予算に対して、県、市からそれぞれ3分の1ずつの補助を受け、商店街が残りの3分の1を負担することとなった。

事業の継続性といった観点で、自己資金捻出策として関係者から会費を集めたり、寄付

を募ってはどうかといった意見もあったが、今回は、初回1ヶ月の短期実験ということで、いずれも次回以降の検討課題となった。

4. 運営主体

地域通貨の発行、管理元として研究会が担うこととし、初回実験で得られたデータの分析や、課題整理を行った上で、次回開催への橋渡し役を担う形となったが、事業が今後継続され、本格流通を指向していく場合には、研究会を発展解消し、NPO法人化させることも視野に入れていくことにしている。

5. 地域通貨の名称、デザイン

名称については、中村会長の発案で、表町商店街(s u r f a c e)でのおもてなし(s u r v i c e)を意味するものとしてサーフィス(S u r f i c e、S f)という造語を採用した。

紙幣のデザインは、プラMOMOの運営スタッフ以来、この活動に関わってきたw e bデザイナーの村上佳子さんが担当したものである(デザインコンセプト等については巻末の女史のコメントを参照されたい)。

6. 運用の仕組み

参加者

表町商店街活性化イベントへのボランティア参加者と、商店街連盟傘下で本件事業に賛同した商店が対象である。

寄付については、寄付者にサーフィスを配ることで参加者の拡大にもつながるという視点からも議論されたが、前述の如く今回は見送りとなった。

事業の実施と参加を市民、商店街双方に広報する必要があり、2月には記者クラブでの発表や商店街での書面による参加呼びかけ、日本政策投資銀行主催による「表町地域通貨フォーラム」を実施した。

発行

券面は、50サーフィス1種類とし、25万サーフィス分、5千枚をあらかじめ印刷した。25万サーフィスとしたのは、発行対象を表町イベントでのボランティア活動に限定し、前述の如く、3月までのイベントの回数と、各イベント毎に必要とされるボランティアの人数、一人1時間のボランティア活動につき400サーフィスという単価を勘案したものである。

利用

表町商店街のサーフィス参加店で利用可能とした。

利用方法は、商品・サービスの割引を中心に、各店が受け入れ可能な範囲で独自に設定してもらうこととした。

換金性

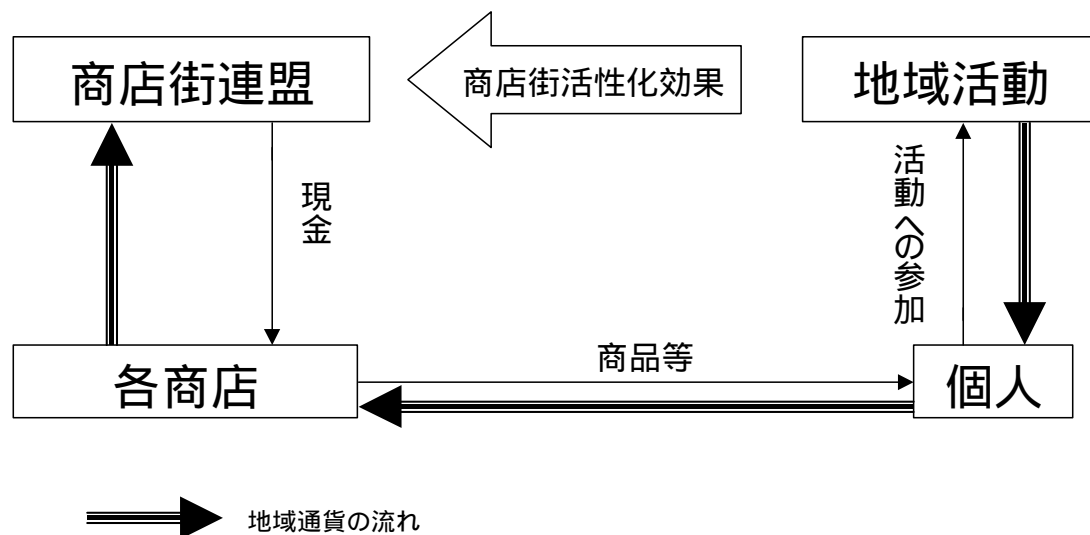
今回、準備段階でもっとも議論となった点であるが、結論的には、参加店に貯まったサーフィスについてのみ、期間終了後、商店街連盟の負担で換金に応じることとなった。

換金については、換金した時点で、地域通貨としての流通が遮断されるという意味で問題視する意見も多く、また、商店街連盟の資金負担が、事業の継続性や発展性の阻害要因にならないかという指摘もあったが、最終的には、換金を認めた方が店主の理解が得られやすく、参加商店の拡大につながるだろうということで、一応今回限りということで採用されたものである。

流通性

上述の如く、サーフィスを手に入れたボランティアが参加店で買い物をする際に、様々なサービスを受け、サーフィスを受け取った店主は、事後に商店街連盟で現金に引き替える、という基本的な流れを作った上で、参加者の拡大方策や、商店に貯まったサーフィスの利用方策については、実験開始後、アンケート等を通して継続的に検討していくことになった。

図1 - 1 地域通貨流通の仕組み



第3章 結果と所見

1. ボランティア参加者、サーフィス発行額

ひなまつりイベントとプレイベントを合わせて、延べ約130人のボランティア参加に対し、約17万サーフィスを発行した。

また、ボランティアのみを対象にすると、参加者が若年層に偏ることから、参加年齢層の拡大と普及PRを目的に、期間中に2回の歩行者アンケートを表町商店街にて実施し、約250名の回答者に対し、一人当たり200サーフィス、合計約5万サーフィスを発行した。

2. 参加商店と取引額

商店からどの程度の参加があるかというのが、開始直前までの不安要因だったが、最終的には表町商店街全体の約2割に相当する79店舗の参加があった。

東京渋谷のアースダイヤモンドの立ち上げが10店舗、千葉のピーナツでは1店舗からのスタートだったということであり、参加店舗数に限れば上々の立ち上がりであった。

しかし、実際取引が行われた店舗は、わずか21店舗であり、取引額でも約12万サーフィス、発行額の55%に留まったことは、今後大きな課題を残したといえる。

取引が、飲食店や100円ショップなど、商品購入の全額をサーフィスの対象としたところに集中するであろうことは、あらかじめ予想されていたが、利用が広がりを見なかつた根本的な原因の把握と改善が次回に向けた大きな課題であろう。

大半の参加店が提供した利用メニューは、商品の10%程度を限度とした価格の割引であったが、若者中心のサーフィス取得者のニーズに合っていたのかどうか。時計、宝飾品、靴、婦人服等の店が多く、たとえ10%の割引があったとしても若者には手が出ない買い物ではなかったか。

商店側の提供するサービスの多様化と、サーフィス取得者の年齢層の多様化を可能にする参加の工夫がそれぞれ求められよう。

表1-1 発行状況 (単位：Sf)

発行数	215,700
正月飾り・落書消しボランティア謝礼	38,300
ひな祭りボランティア謝礼	118,800
アンケート回答者謝礼	50,200
アンケートスタッフ謝礼	8,400
印刷済未発行	34,250
マスコミ配賦等	50
印刷数	250,000

表1 - 2 利用状況

	3/1 ~ 10	3/11 ~ 20	3/21 ~ 31	合計
利用額 (S F)	42,350	26,300	49,550	118,200
利用店数	12	14	21	21
期間中の イベント	3/1ひな祭り 3/9 アンケート	3/16アンケート		

3 . 費用

計画94万円に対し、実績は70万円となった。

表の中で、報償費、役務費、委託料、使用料・賃借料といったところはひな祭りイベントの関連費用であり、地域通貨固有の経費である需用費中の印刷費が圧縮に負うところが大きい。

持続性という観点からは、イベントに依存しない事業形態が望ましいことを示唆するものではないか。

表1 - 3 事業費予算・実績対比

(単位:円)

費目	金額		備考
	予算	決算	
報償費	60,000	30,000	備中神楽
需用費 (消耗品費)	157,500	184,807	フラッグ、事務用品、花等
需用費 (印刷費)	346,500	173,781	地域通貨 (サーフィス)、写真、コピー
需用費 (食糧費)	42,000	22,550	昼食代
役務費	83,000	32,400	保険、着付け、クリーニング
委託費	31,500	60,000	司会、企画
使用料・賃借料	220,500	196,822	舞台、音響、照明、衣装、人力車等
合計	941,000	700,360	

4. アンケート調査

いずれもサンプル数は十分でないが、今後の展開へのヒントを内包していると思われるので、調査結果を紹介したい。

ボランティア向け2回、一般歩行者向け2回、及び期間終了後の参加店向け調査1回を実施した。

正月飾り付けイベントでのボランティア向けアンケート結果

有効回答 26 (複数回答可)

地域通貨でしてみたいことは? (選択式)

- ・商店街で利用(割引券として使う) 16
- ・同上(割引券以外の使い方) 2
 具体例: 宅配サービス、くじ引き
- ・フリーマーケットで利用(割引券として使う) 2
- ・同上(割引券以外の使い方) 0
- ・空き店舗や店頭など商店街の空間利用 4
 具体例: チャレンジショップ
- ・個人間でのサービスや物の取引に利用 1
 具体例: 何かを教えてもらう
- ・その他 1
 具体例: 記念に取っておく

落書き消しイベントでのボランティア向けアンケート結果

有効回答 30 (複数回答可)

今後、ボランティアスタッフとして参加したいイベントは? (選択式)

- ・お祭り(フェスティバルなど) 22
- ・美化運動(落書き消し、清掃、放置自転車の整理など) 26
- ・高齢者・障害者の買い物の手伝い 8
- ・その他 0

表町商店街での一般歩行者向けアンケート結果（2回の合計）

有効回答 228

表1 - 4 サーフिसを知っているか？

	男性	女性	合計
知っているし、使ったことがある	6	8	14
知っているが持っていない	31	63	94
聞いたことがある	6	33	39
知らない	29	52	81

表1 - 5 サーフिसを知ったきっかけは？

	男性	女性	合計
テレビで	23	63	86
新聞で	10	31	41
たまたま表町に来て	1	5	6
知り合いから聞いて	11	11	22
その他	2	6	8

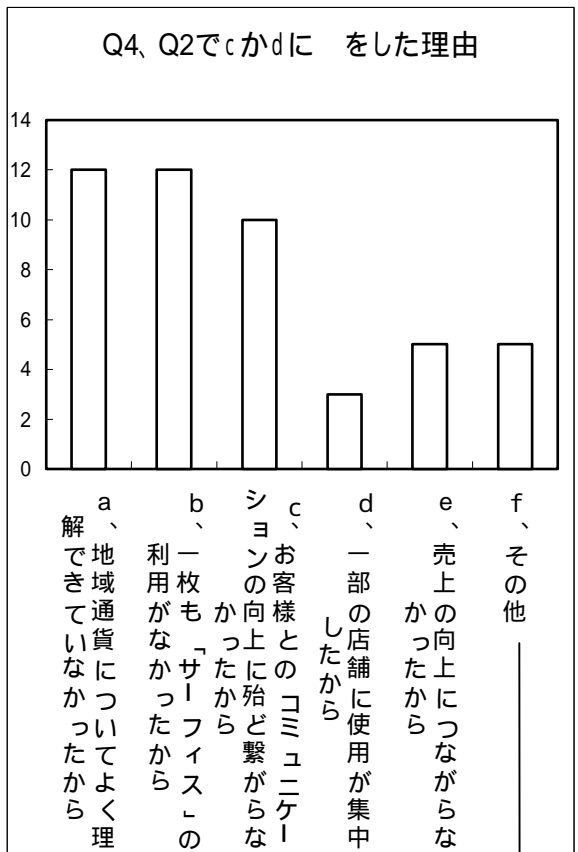
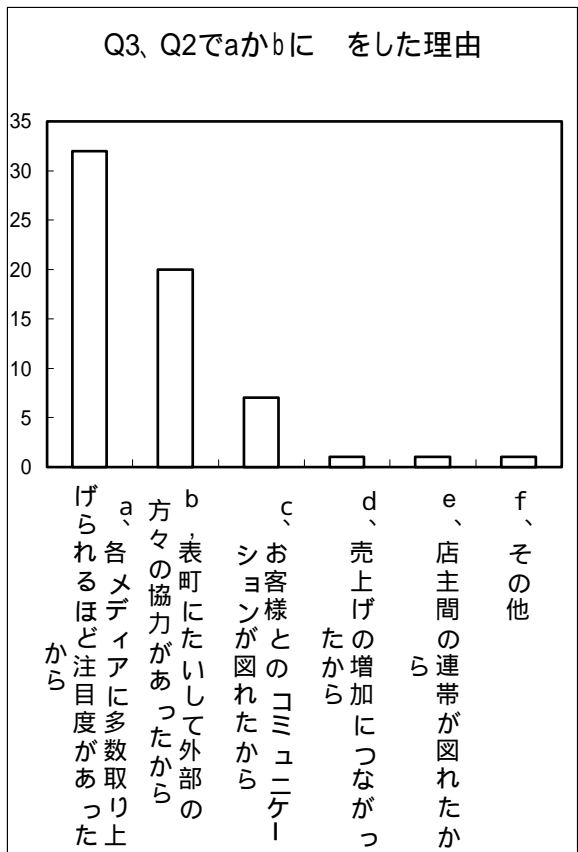
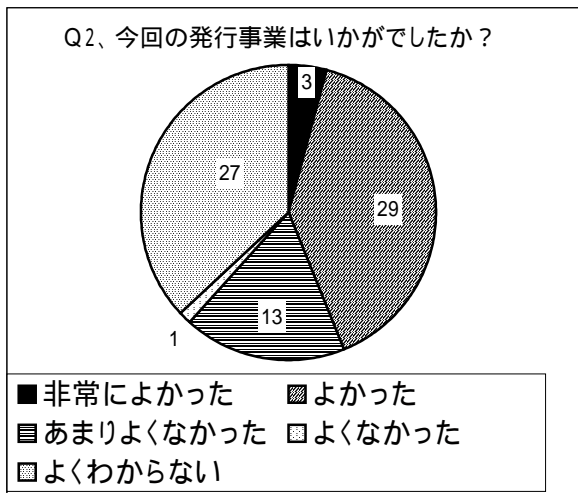
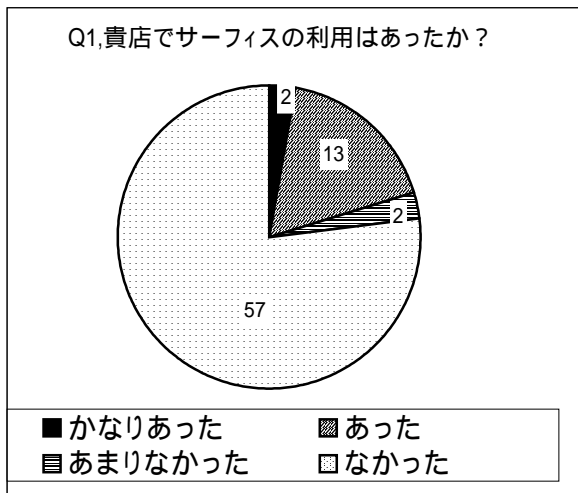
表1 - 6 地域通貨で受たいサービスは

	女性	男性	合計
商品割引	78	25	103
全店で使用可能	0	5	5
駐車場、駐輪場	6	5	11
オリジナルグッズ	12	7	19
サンプル	6	0	6

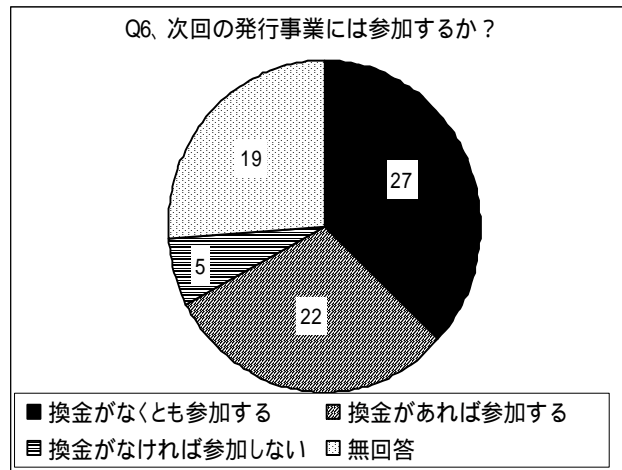
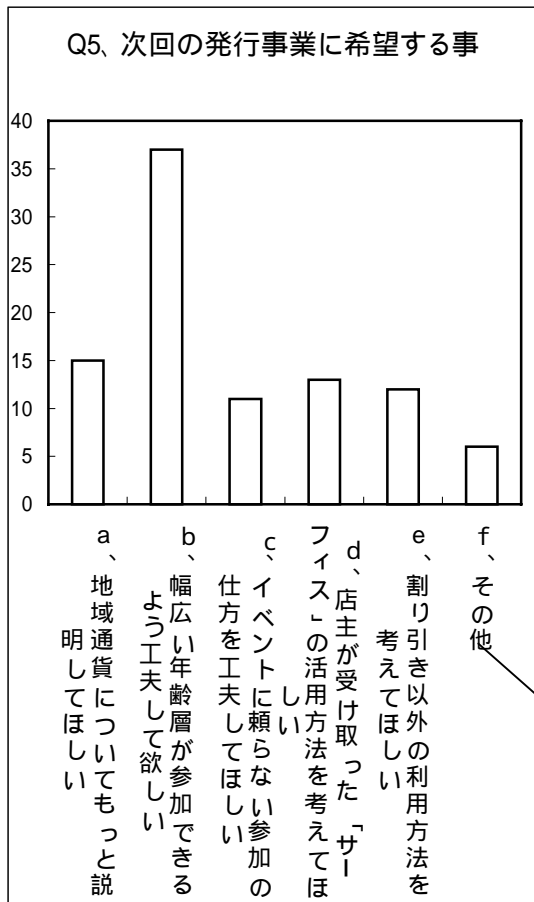
<その他>

空き店舗利用、料理、化粧教室、生涯学習、荷物預かり所、福引、宅配サービス、マッサージ、フリーマーケット、イベント（コンサート等）、公共施設で使用可能、表町の飾り付け

地域通貨事業参加店向けアンケート結果



- ・短期間過ぎた
- ・利用しづらい
- ・参加店が少ない



- ・自店で利用がなかったため、思いつかない
- ・サーフィスの利用の幅を広げてほしい

< 意見 >

- ・それぞれの店舗のサービスが分かりづらい、そのため受け取った人が利用しにくい
- ・期間が短く、範囲が狭い、頻繁に行ってほしい
- ・自らの店での使用がないため、今回の結果報告により、検討したい
- ・発行、利用しやすい環境づくり
- ・補助金に頼らず、自己負担を最小限に抑えた財源の確保の仕方を考えてほしい
- ・ニュースなどで取り上げられたことにより表町の宣伝につながった
- ・サーフィスを店の販売促進、宣伝のために利用したい
- ・一般の人には理解するのが難しい取り組みだった
- ・（ブティック等に飾ることを考え）フラッグのデザインを変更してほしい
- ・商店街の認識の向上・意識改革
- ・研究会、商店街との協力を強めること
- ・様々なイベントをしてほしい
- ・店主、消費者とも積極性にかけて、よくわからないまま終わってしまった
- ・マスコミ先行型で、加盟店への告知が不徹底であった

第4章 現状の議論～事業再開に向けた課題と展望～

現在、研究会では今夏を目途に二次実験再開の準備をしているが、初回の結果やアンケートの内容を踏まえて、参加者の拡大と、サーフィスの流通が大きな解決テーマとなっている。

1. 換金性の是非

初回のみ措置というコンセンサスがあったところであり、二次実験では導入しない方向である。

参加商店向けのアンケートでは、次回参加の条件として換金性の維持を挙げる商店も少なくないが、将来的に期限を限らない本格流通を目指していく上で、サーフィスが換金されることなく転々流通することは不可欠であり、また、商店街の負担や公平性の観点から換金性が事業持続の障害となる懸念もあることから、見送りが妥当と考える。

2. ディレクトリーの整備

ディレクトリーについては第 部で日本総研の嵯峨氏が紹介されているが、サーフィスで受けられるサービスのリスト、言い換えるとサーフィスを受け取るサービス提供者のリストを作成してみてもどうかということが検討されている。ディレクトリーを充実させることで、参加者の拡大と流通の促進を狙うわけであるが、事務局も含めた参加者全員がリスト登録者を1人でも増やす、1ページでも厚くするという具体的目標を設定して活動自体の活性化が図れないかということである。

3. 参加者の拡大方策

実験では、表町商店街の活性化イベントを手伝うボランティアに限定したが、表町だけのイベントには限りがあり、またイベント関連ということだとボランティアの年齢層も若者中心に偏ることが避けられない。このことについては、参加店側からの不満も出ている。

現状、研究会では、これを広く市内の様々なボランティア活動従事者に拡大してはどうか、その場合に、ボランティア従事者であることの認定やサーフィスの配賦をいかにして行うか、といったことや、参加者をボランティアに限定せず、個別の商店にあらかじめサーフィスを用意しておき、サーフィスへの参加を希望する客には店頭で一定額配賦してはどうかといったことなどが議論されている。

商店サイドの参加については、二次実験が換金性を原則排除する方向で計画されている一方で、換金を参加の条件としている店も少なからずあるので現状は不透明であるが、一旦参加店数が減っても、持続させる観点からは換金を排除した形が望ましいと考える。

4．流通方策

もらったボランティア側の利用が進まなかった問題と、店主側に貯まったものをどう使うかという二面から議論されているところである。

前者については、単なる商品割引以外で使いたいとするニーズに店側がどう応えるかという問題であり、表町ならではのオリジナルグッズが欲しい、空き店舗等を開放して使用させて欲しい、といったアンケートの声に商店街側が真摯に応える必要があると考える。

後者については、各地の先行事例でも、一番関係者が頭を悩ませているところであり、本件においても今のところ具体策の検討には至っていないのが実情である。

当面は、貯まったサーフィスは、個々の店から発行当局である研究会に「寄付」の形で還流してもらうことを基本と考えている。それ以外に、商店主同士が使ったり、個別にボランティアを頼んで回していくといったことを排除するものではないが、無理にそうした使い方を強制しても、気恥ずかしさからなかなか機能しないということが各地の事例で指摘されているところであり、じわじわとアイデアが湧き出るのを待つといったところである。

ディレクトリーの充実から、様々な流通方策が自然発生的に生まれてくるというのが一番望ましい姿ではないか。

5．運営体制

運営主体

記述の通り当面は、引き続き任意団体である地域通貨研究会が中心となり、産学官、市民のコラボレーションの強みを発揮していくべきと考えるが、表町の活性化の主役は当然ながらそこに「暮らす」商店主であり、またそこに「来る」市民である。

徐々に商店街、市民主導型に移行し、「官」や「学」が側面協力をする形態が望ましいいく、事業の継続、本格的な流通を指向する場合は、資金負担等問題はあるが何らかの形での専従スタッフと、パソコン等一定の環境が整備された事務局スペースの確保が必要であろう。

運営費

換金をしない方向であっても、印刷、広報、その他一定の費用負担は避けて通れないし、中期的にはスタッフやスペースの確保が必要となることから、資金確保をどうするかは大きな問題であり、商店街の活性化を目的としている以上、商店街による一定の資金支援は不可欠であろう。

会費、寄付等については引き続き検討の必要があると思われる他、バザーやオリジナルグッズ販売等収益事業による自己資金調達の可能性についても検討の余地がある。

補助金の活用についても、イベント補助に限定せず、広く適用可能な制度を探る必要がある。

第 部 ボランティアサービス価格の分析

第 1 章 地域通貨実験の予備調査

1. 調査の目的

日本各地で地域通貨の導入や導入を前提とした実験が盛んになってきている。ところが、その価格は相対（あいたい）によるものなど恣意的に決められているものが多く、一定の論理基準や理論に基づいて決定されているものは皆無に等しい。そこで本研究では地域通貨における交換サービスの価格を経済学的に導くためのアンケート調査を実施した。

2. 対象地区（表町商店街）の現状

表町商店街に限らず、全国の商店街が抱えている問題として挙げることができるのが「郊外店による訪問客の吸い上げ」、「空き店舗数の増加」、「後継者不足」などである。これらについてデータ面からの検証を行う。なお、使用したデータは表町商店街のみのものが存在しないため、岡山市中心市街地のものを参照した。

まず人口の推移に関しては、1990年から1995年まで岡山市全体では59万3,730人から61万5,757人と3.7%のプラスを示している。それに対して中心市街地では4万8,011人から4万5,883人と4.3%のマイナスを示している。さらに事業所数に関しては1990年から1995年まで岡山市全体では3万2,073事業所から3万4,035事業所と2.9%のプラスを示しているが、中心市街地では1万784事業所から1万520事業所と2.5%のマイナスを示している。これらにより岡山市は中心部から周辺部に人が移動するドーナツ化現象が起きているといえる。

次に小売業商店数、小売業店舗面積、小売業販売額、小売業従業者数の推移に関しては、1994年から1997年にかけて岡山市全体、中心市街地共に減少傾向にある。ただし、中心市街地における小売業販売額及び小売業従業者数はそれぞれ22.0%、10.7%のマイナスとなっており、顕著である。岡山市全体におけるこれらの値の減少傾向は、中心市街地の衰退に起因する部分が大いといえる。

次に訪問客の推移に関しては、1994年から1998年にかけて表町商店街は、平日は減少傾向、休日は緩やかな上昇傾向にある。休日は上昇傾向にあり問題ないように思えるが、あくまで緩やかなものである。さらに実際には店主たちは「人通りが減った」と感じており、目に見えない原因があるものと思われる。

次に店主の年代構成、後継者、買い上げ点数に関して記述する。なおここでのデータは岡山市全体のものを参照してある。店主の年代構成に関しては、40代が22%、50代が29%、60代以上が37%となっている。後継者に関しては「いない」という回答者が50%近くを占めている。これにより商店街は高齢化及び後継者不足に悩まされているといえる。

買い上げ点数に関しても「減った」という回答者が63%を占めており、訪問者だけでなく落ちていくお金も減少傾向にあると考えられる。

以上のことから、岡山市の商店街は人口の減少による訪問客及び売上げの減少、事業所数及び商店数の減少による空き店舗問題、店主の高齢化及び従業員数の減少による後継者問題などを抱えていることが伺える。

3. アンケート調査の内容

以下の分析に使用したデータは、2002年7月および8月の2ヶ月間に渡って実施したアンケート調査によるものである。実施した場所は、岡山市表町商店街入口（桃太郎大通り側）にある空き店舗を利用したチャレンジショップ「プラットフォームMOMO」で、本アンケートは同店舗の来店客を対象としたものである。なお「プラットフォームMOMO」とは、2002年7月岡山市に導入されたLRV（Light Rail Vehicle：超低床路面電車）MOMOのグッズ販売を主事業に据え、それと共に岡山市の情報を発信するプラットフォームの役割を果たすことを目的としたチャレンジショップである。メンバーは、岡山市のまちづくり市民団体、岡山大学中村研究室、日本政策投資銀行岡山事務所などである。

アンケートでの質問項目のうち、実際の分析に使用したのは以下の諸項目である。

- ・ あなたは最近いわれている、いわゆるボランティア活動をしたことがありますか（選択式）
 - ある
 - したことはないが、やってみたいと思っている
 - 興味はあるが、したことはない
 - ない
- ・ 身近な商店街に仮に地域通貨が導入された場合、あなたがして欲しいと思うサービスは何ですか。「サービスの種類」から2つまで選んでください。なければ、具体的に記入してください。また、そのサービスを受けた場合、どれくらいなら対価として支払ってもよいと思いますか。それぞれについて「対価」から選んでください（選択、記述式）（「サービスの種類」、「対価」は表2 - 1、2 - 2を参照）。
- ・ 同じくあなたがしてみたいサービスは何ですか。「サービスの種類」から2つまで選んでください。なければ、具体的に記入してください。また、そのサービスをした場合、どれくらいを対価として受け取りたいと思いますか。それぞれについて「対価」から選んでください（選択、記述式）。

表 2 - 1 サービスの種類

分 類	内 容	所要時間
高齢者サービス	高齢者の買物代行	1時間程度
	高齢者の送迎	30分程度
	一人暮らしの話し相手	1時間程度
表町まちづくりに関するサービス	町の清掃	1時間程度
	落書き消し	2時間程度
	放置自転車整理	2時間程度
趣味等の指導	カラオケ指導	1時間程度
	パソコン指導	1時間程度
	スポーツ指導	1時間程度
	料理指導	1時間程度
その他	イベントスタッフ	半日程度
	観光情報提供・案内	2時間程度
	手話サービス	1時間程度
	人形劇	2時間程度
	商店の手伝い	2時間程度

表 2 - 2 サービスの対価

	財・サービス	金銭表示
	無料	
	缶ジュース1杯	100円程度
	コーヒー1杯	300円程度
	ラーメン1杯	500円程度
	ランチ定食	800円程度
	少し豪華なランチ	1000円程度
	それ 以上	1000円超

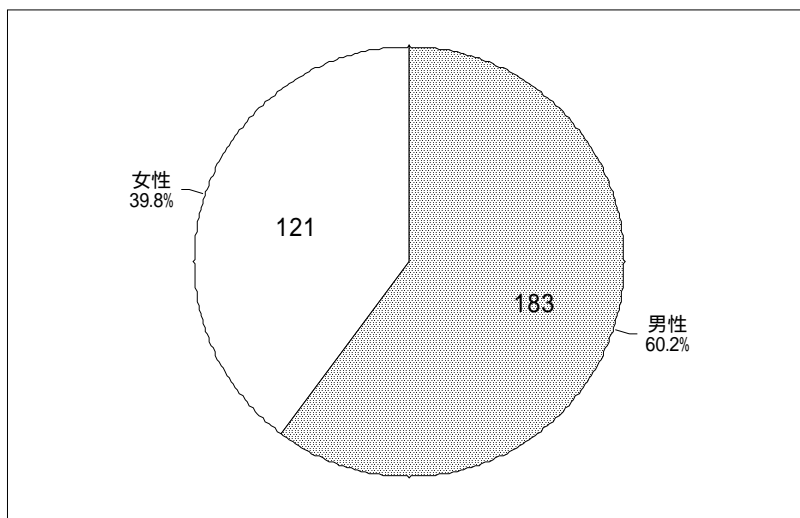
また、属性として「性別」「年代」「現住所」「本日の交通手段」「岡山市中心部に來る頻度」などを質問項目とした(いずれも選択式)。

第2章 アンケート調査結果の解析

1. 基本集計結果

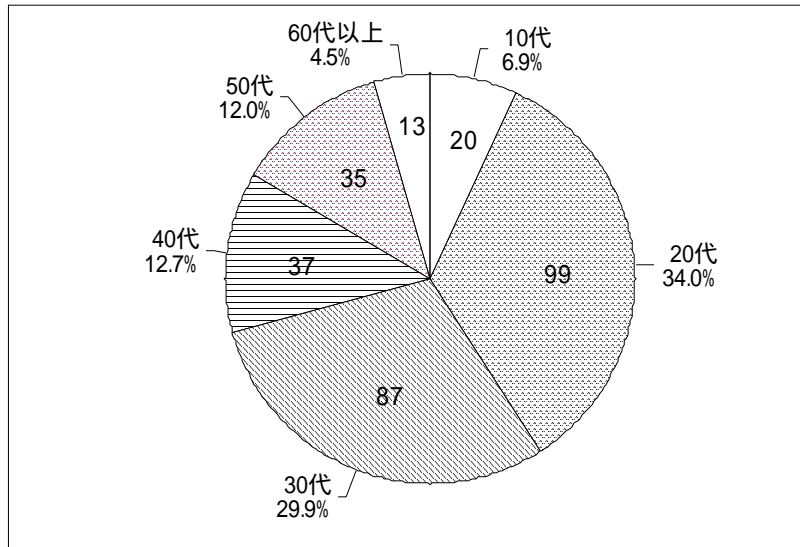
以下に、アンケート結果とそれに対する分析を記述する。なお、回答数が一律でないのは、回答を拒否する人がいたり、複数回答であったりという理由によるものである。分析に使用したアンケートは320枚である。なお、以下「需要」とはアンケートの「して欲しいと思うサービス」で回答があったことを指し、「供給」とはアンケートの「してみたいと思うサービス」で回答があったことを指す。さらに「価格」はアンケートの設問中の「対価」をサービスごとに集計、合計してサービス量で割った平均価格である。

図2 - 1 性別



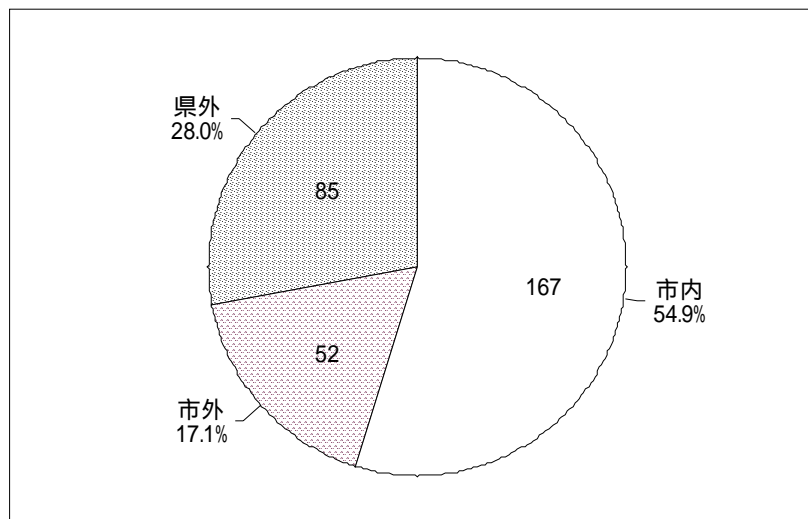
回答者の性別は、男性が60%、女性が40%という結果であった。ただし、路面電車のグッズ販売という店舗の性質上、男性の来店が多かったのではないかと想像される。

図2 - 2 年齢層



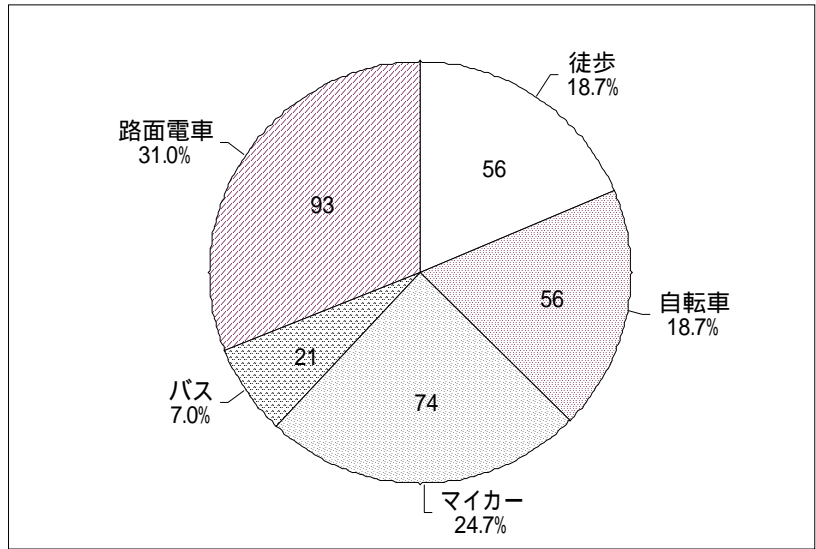
事前には30代や40代が多いと思われたが、20代が最も多かった。まちづくり活動やボランティア活動といった活動には若年層の力が欠かせないが、20代と30代を合わせると63%になり、まちづくり活動担い手の潜在力として期待できると考えられる。その一方で、40代、50代を合わせると25%となり、これで全体の1/4を占める。これら中年層と若年層の連携によるまちづくりが表町には欠かせないであろう。

図 2 - 3 現在の居住地



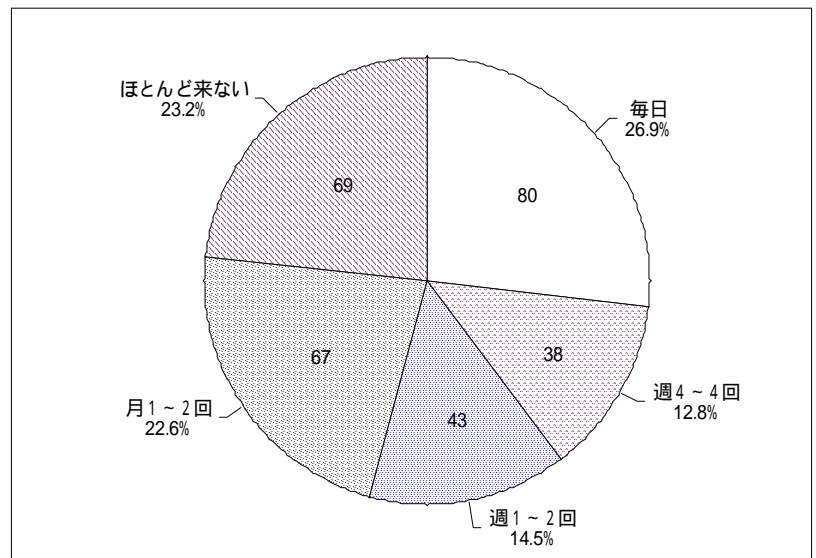
予想通り、市内の割合が最も高かった。市外や県外の割合が意外に高いようにも思われるが、店舗の性質上遠方からの訪問者も多数存在した。そのため、実際には市内の割合が70%ぐらいまで上昇するものと思われる。

図 2 - 4 来訪手段



路面電車が31%とで最も多いが、これは店舗の性質が影響していると思われる。次に多かったのが25%のマイカーであり、これは表町商店街付近に地下駐車場があるためというより、地方都市であるが故の特徴と思われる。また自転車も19%を占めており、表町商店街の放置自転車問題や自転車事故問題に繋がっているものと思われる。

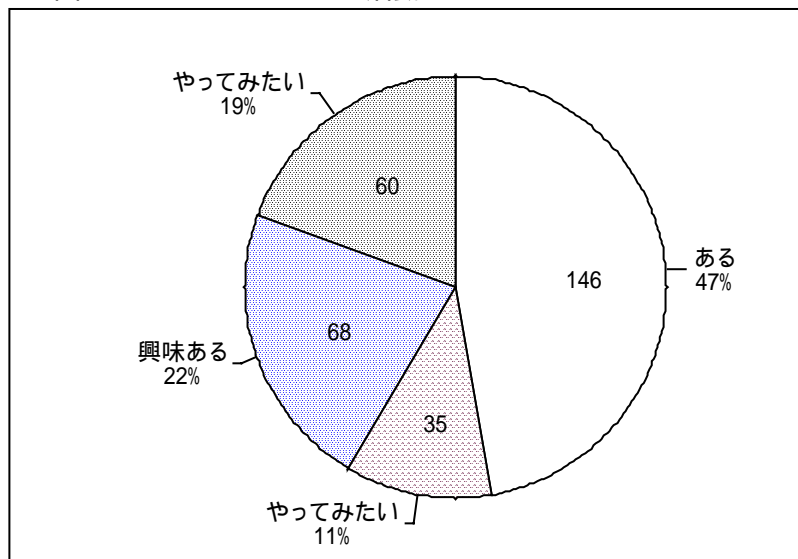
図 2 - 5 中心部へ来る頻度



毎日来る人が27%と最も多いが、これは近隣居住者にサンプリングの偏りがあるかもしれない。ほとんど来ないも23%を占めているが、これは店舗の性質上、市外や県外の来店客が多かったことを反映しており、このバイアスを取り除くともう少し割合は小さくなるものと思われる。ここでポイントになるのが月1~2回という回答が23%を占めていたことであり、こういった人々をいかに週3~4回や週1~2回の訪問にシフトさせるかが、表

町商店街活性化のカギであると思われる。

図2 - 6 ボランティア活動



何らかのボランティア活動を行ったことがある人は、47%と半数近くを占めている。さらに「したことはないが、やってみたい」と「したことはないが興味はある」を含めれば81%に達し、人々のボランティア活動に対する意識の高さがうかがえる。これらの人々は、地域通貨活動の担い手としても期待できよう。

2. サービス項目に関する分析

次に、各サービス項目のサービス量に着目して述べる。

図2 - 7 各サービス項目の需給量

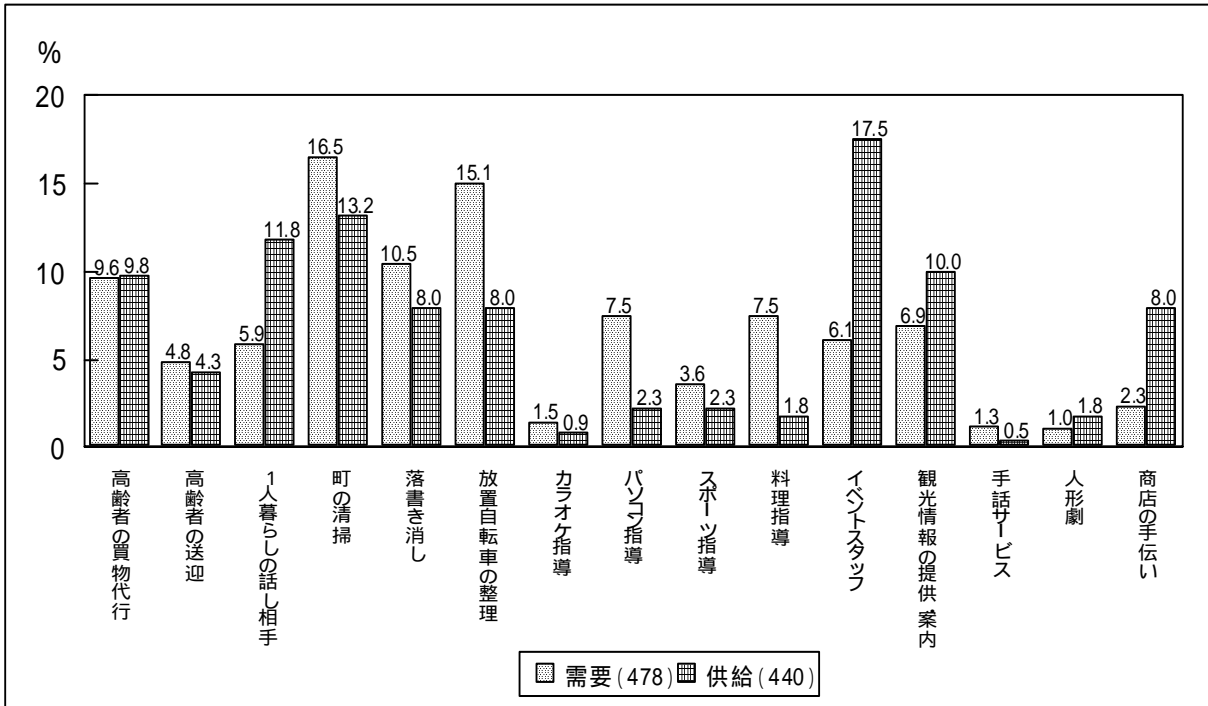


図2 - 7は横軸に各サービス項目、縦軸にそのサービス項目の全体に対する割合を取り、グラフにしたものである。需要側については、「街の清掃（16.5%）」がトップで、以下「放置自転車の整理（15.1%）」、「落書き消し（10.5%）」、「高齢者の買物代行（9.6%）」の順となっている。供給側では、「イベントスタッフ（17.5%）」が最も多く、以下「街の清掃（13.2%）」、「一人暮らしの話し相手（11.8%）」、「観光情報提供・案内（10.0%）」となっている。

サービスのうち、「高齢者の買物代行」、「街の清掃」、「落書き消し」、「放置自転車の整理」といったものは需給共に割合が高くなっている。特に後者の3つは「表町まちづくりに関するサービス」というカテゴリ - に含まれており、表町商店街に対する関心が高いことを示している。逆に、「カラオケ指導」、「スポーツ指導」、「手話サービス」、「人形劇」といったものは、需給共に割合が低く、人々の関心が薄いと思われる。

サービスの需給バランスに注目すると、「高齢者の買物代行」、「高齢者の送迎」といったサービスは需給がほぼ同じ割合であり、バランスが取れているといえる。「放置自転車の整理」、「パソコン指導」、「料理指導」といったサービスは需要超過の状態である。逆に「イベントスタッフ」、「商店の手伝い」といったサービスは大幅な供給超過の状態になっている。

次に、各サービス項目の価格に着目して考察する。

図2 - 8 高齢者サービスの需給価格

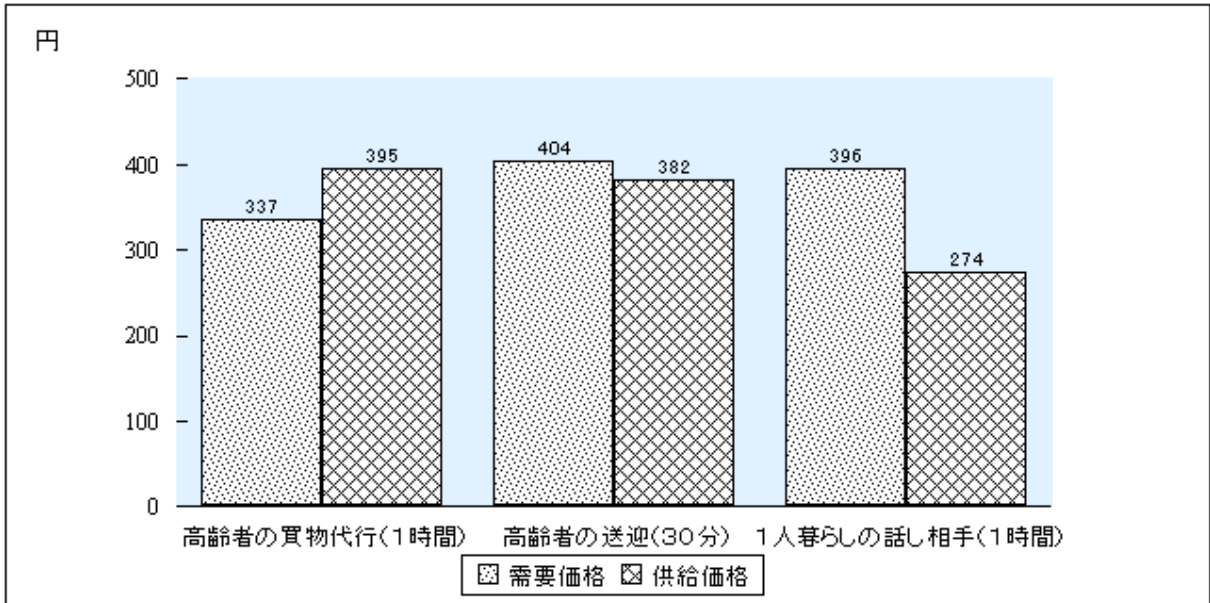


図2 - 8は、高齢者サービスのカテゴリに属する、3つのサービスの需給価格を比較したものである。「高齢者の買物代行」や「高齢者の送迎」は需給価格にさほど差は見られずバランスが取れているが、「一人暮らしの話し相手」は需要価格が供給価格を100円以上上回っており、サービスの受け手側の評価が高いことが伺える。

図2 - 9 表町商店街に関するサービスの需給価格

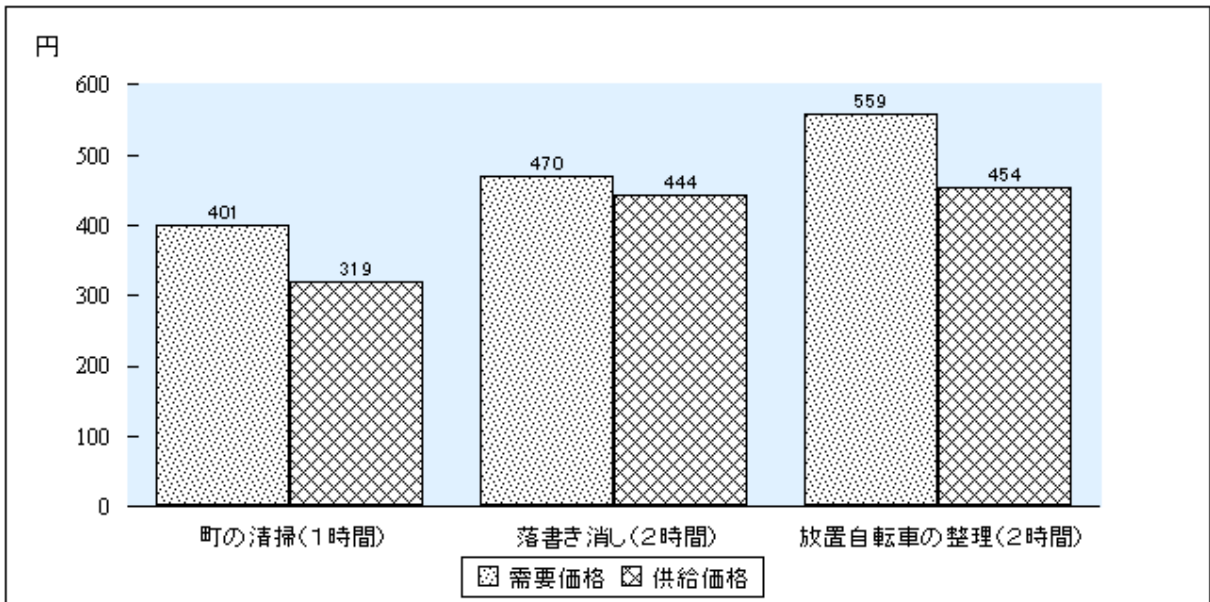


図2 - 9は表町商店街に関するサービスのカテゴリに属する3つのサービスの需給価格を比較したものである。このうち「落書き消し」は両者に大きな乖離は見られないが、「街の清掃」や「放置自転車の整理」といったサービスは、需要価格が供給価格を100円程度上回っている。

図2 - 10 趣味等の指導サービスの需給価格

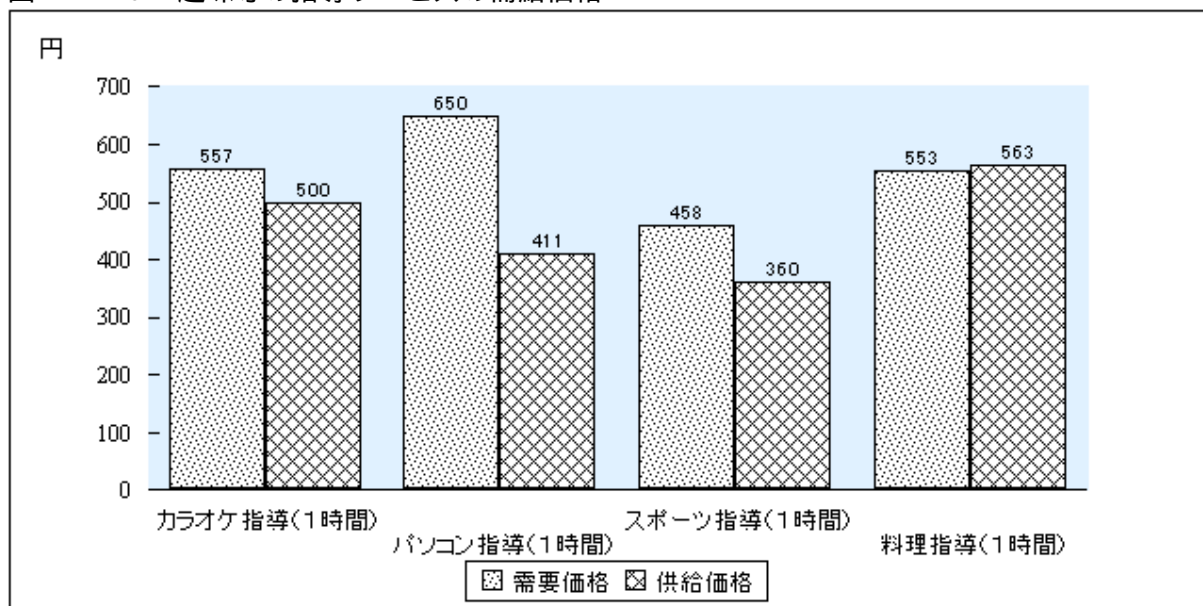


図2 - 10は趣味など指導サービスのカテゴリに属する4つのサービスの需給価格を比較したものである。このうち、「料理指導」は両者がほぼ一致しており、バランスが取れているといえる。しかし「カラオケ指導」は50円程度、「スポーツ指導」は100円程度、「パソコン指導」は200円以上需要価格が供給価格を上回っている。特に「パソコン指導」は大幅な上回り方であり、サービスの受け手の評価がかなり高いといえる。ただし、「パソコン指導」及び「料理指導」の需要価格以外の価格は、サンプル数が少ないため信頼度が低くなっている。

図2 - 11 その他サービスの需給価格

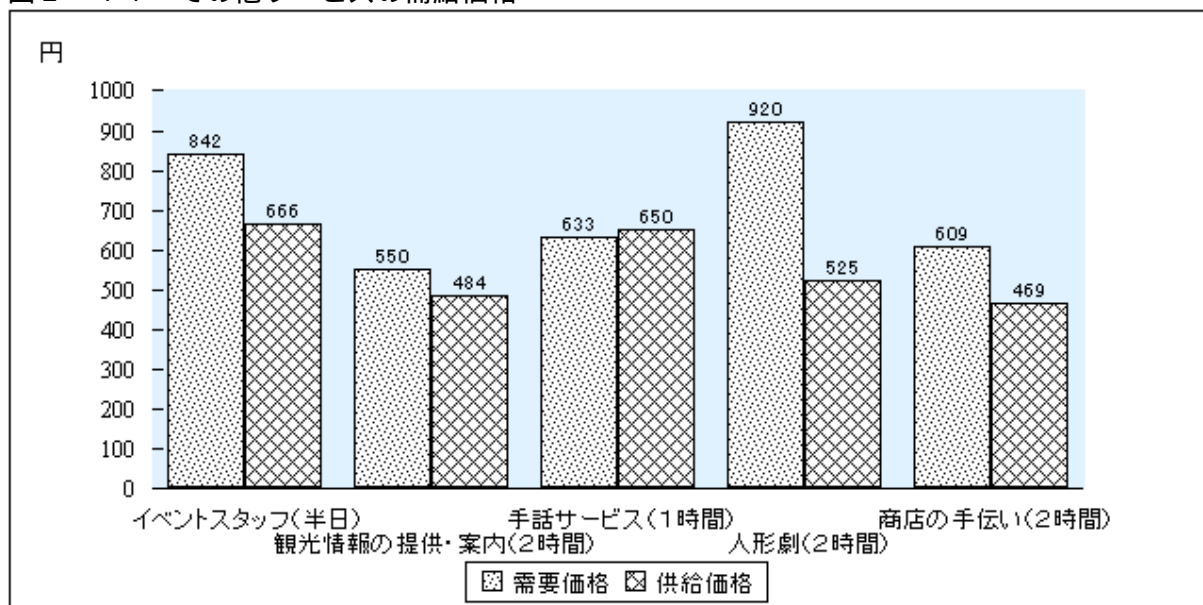


図2 - 11は上記以外のサービスの需給価格を比較したものである。このうち、「観光情報提供・案内」と「手話サービス」は両者がほぼ一致している。しかし、「商店の手伝い」は150円程度、「イベントスタッフ」は200円程度、「人形劇」は400円程度需要価格が供給価格を上回っている。ただし、「商店の手伝い」の需要価格、「手話サービス」と「人形劇」の需給価格はサンプル数が少ないため信頼度は低い。

サービス全般を通して需給価格を考察すると、15のサービス中12が、需要価格の方が供給価格を上回った状況であった。また、供給価格の方が需要価格よりも高くなっているサービスも差額は小額であり、もっとも乖離している「高齢者の買物代行」でも58円であった。このことから供給側のサービス料を増やすことは比較的容易であることがわかる。また、各サービスの平均価格を時給に換算、全サービスの平均価格を取ってみると、需要価格は427.9円、供給価格は365.4円となった。このことから単純に、「1時間のサービス提供 = 400円程度」が需給両面から見て妥当だといえる。

3. サービス価格の需給分析

次に、通常の下がりの需要曲線と上がりの供給曲線を前提にして、アンケート結果によって得られたサービス量と平均価格を元に、そこから各サービスに関する需給均衡点を推計し、そして需給が均衡する価格水準を分析する。

以下の図は、横軸にサービス量、縦軸に平均価格を取ったものである。ただし、交点が1つしかないため、需要曲線・供給曲線共に傾きの程度が決まらない。そのため、需給均衡点の位置によって2通りに場合分けできる。各サービスに図が2つずつあるのはそのためである

図2 - 12 「高齢者の買物代行」の需給均衡 ()

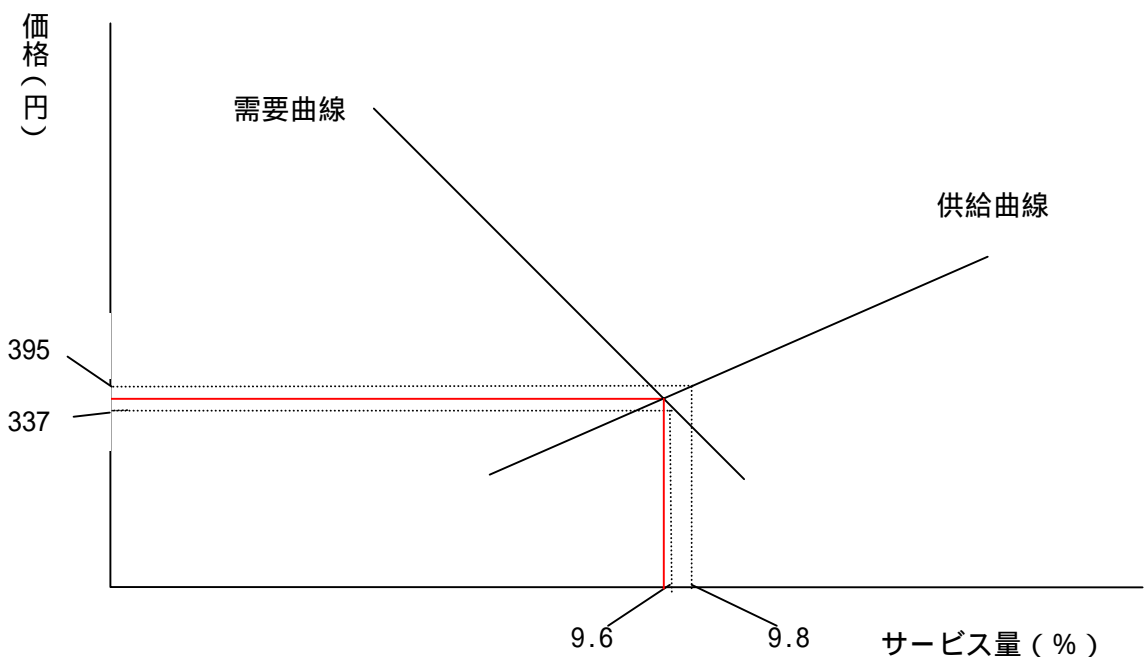
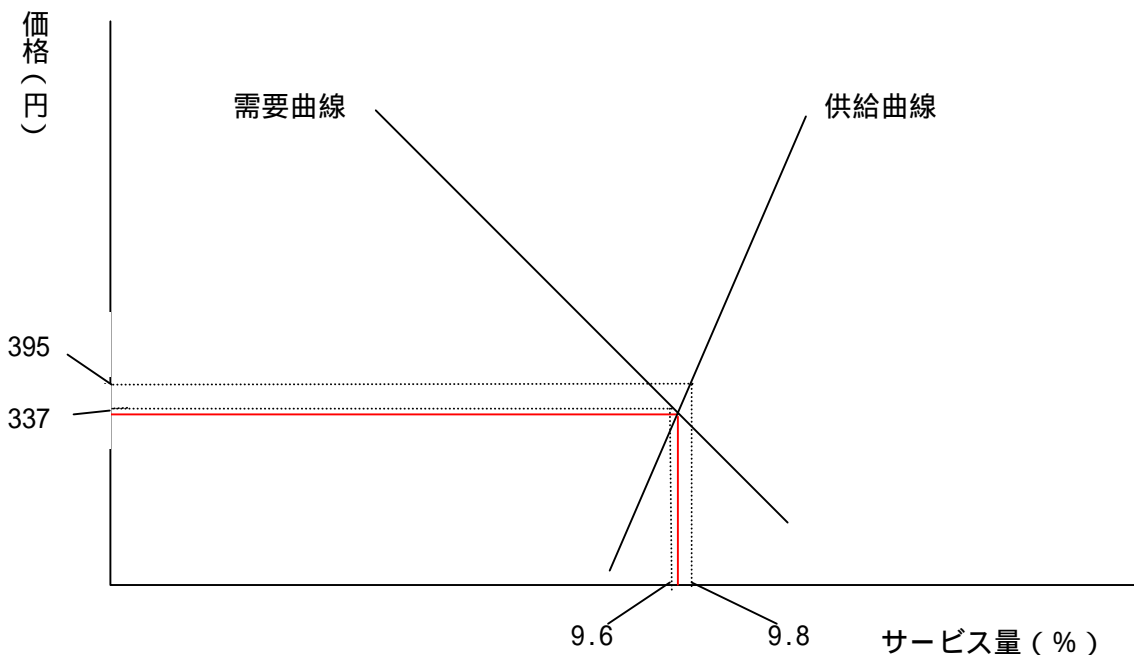


図2 - 13 「高齢者の買物代行」の需給均衡（ ）



「高齢者の買物代行」は需要割合が9.6%、供給割合が9.8%となっており、わずかではあるが需要<供給となっている。また需要価格が337円、供給価格が395円となっており、需要<供給となっている。ここで設定価格を395円より下げると、需要割合が増加及び供給割合が減少することにより均衡する。その時設定価格が337円以上であれば、均衡するためにより大幅な供給割合の減少が必要となる（図2 - 12）。一方、設定価格が337円以下であれば、供給割合の減少は少しとなる（図2 - 13）。しかし、需給のサービス量の差がわずかなので、「高齢者の買物代行」の適正価格は360円ぐらいだと思われる。なお、設定価格を395円より上げると供給曲線が右下がりとなるため成立しない。

図2 - 14 「高齢者の送迎」の需給均衡（ ）

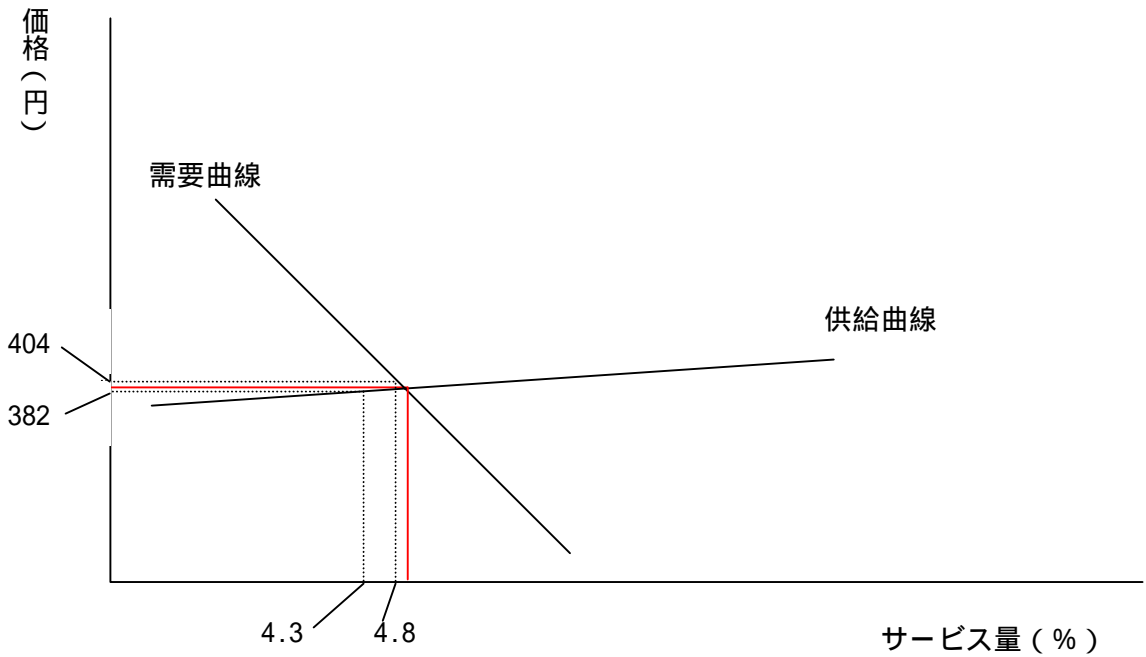
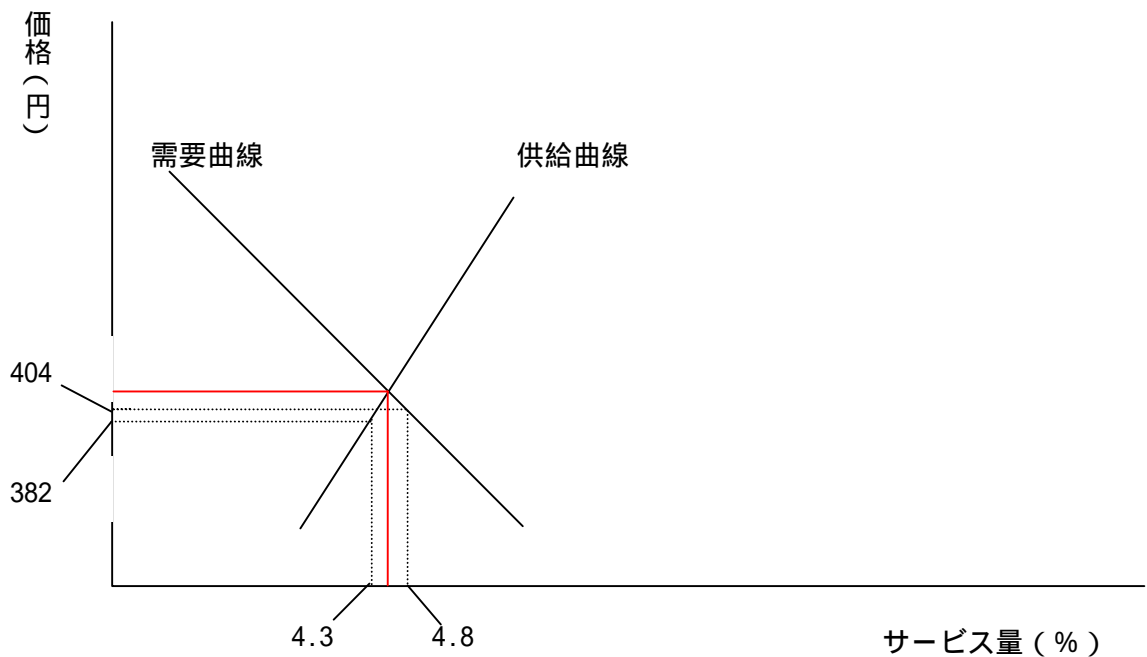


図2 - 15 「高齢者の送迎」の需給均衡（ ）



「高齢者の送迎」は需要割合が4.8%、供給割合が4.3%となっており、わずかではあるが需要量の方が供給量を上回っている。また需要価格が404円、供給価格が382円となっており、こちらもわずかながら需要量が供給量を超えた状況となっている。ここで設定価格を404円より下げると、需要割合が増加する。さらに設定価格が382円までなら供給割合も

増加する（図2 - 14）。したがって両者の間に均衡価格があるものと思われ、その価格は390円ぐらいだと推定できる。一方、設定価格を404円より上げると需要割合が減少及び供給割合が増加することにより均衡する（図2 - 15）。需要を増加させずに供給を増加させたい場合、設定価格を高めにするればよいことが分かる。なお、設定価格を382円より下げると、供給曲線が右下がりとなるため成立しない。

図2 - 16 「一人暮らしの話し相手」の需給均衡（ ）

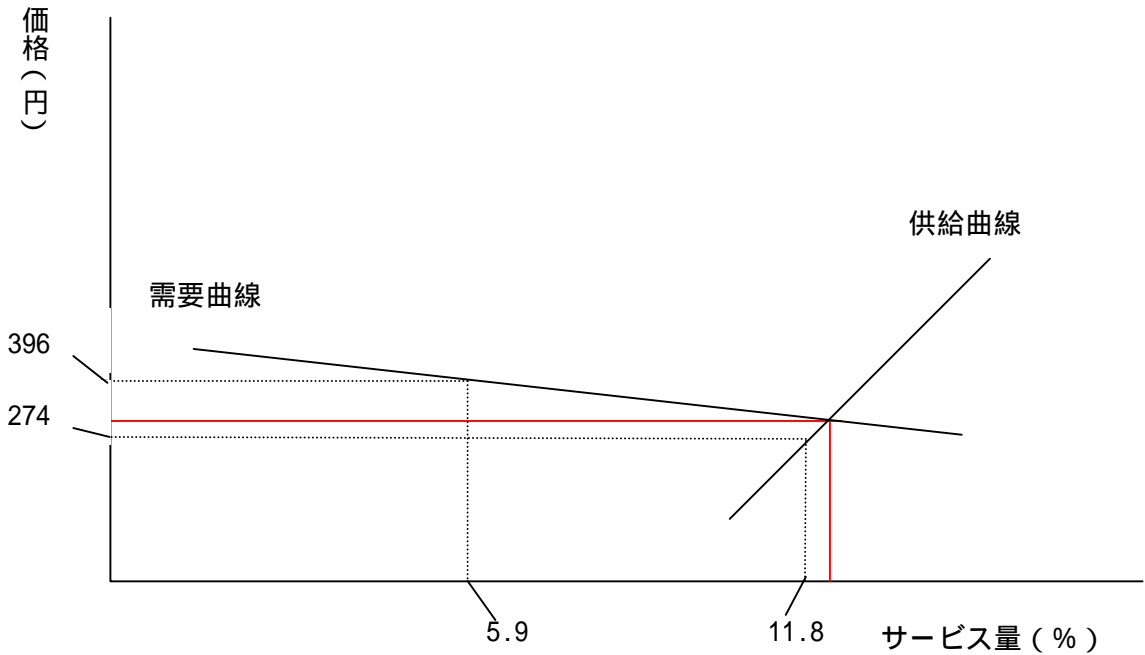
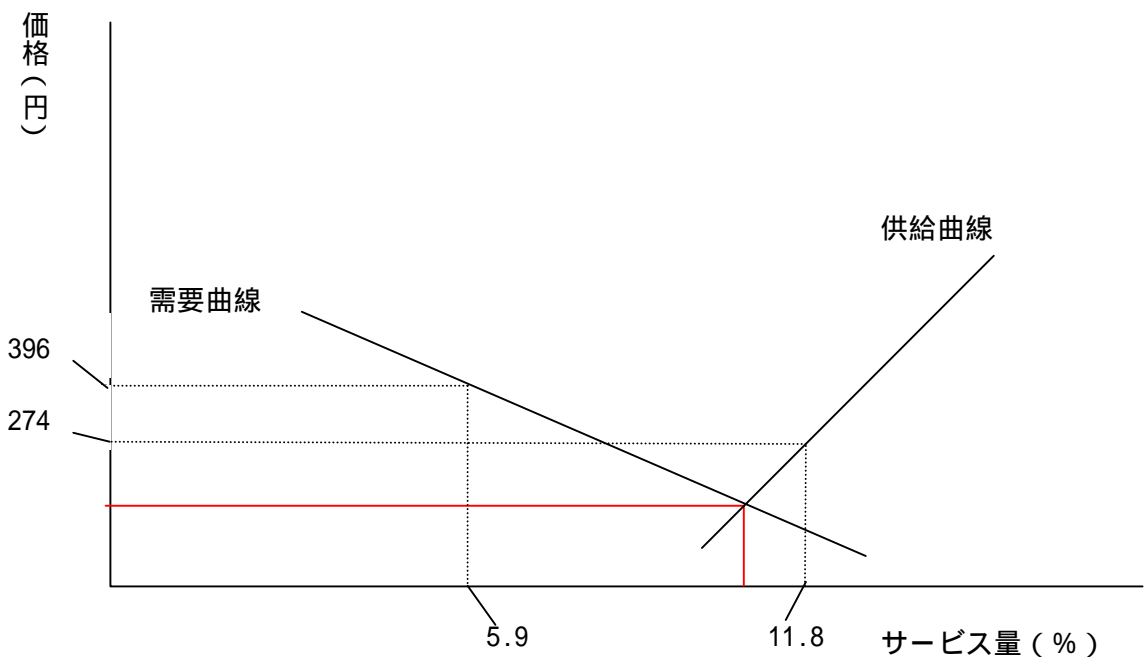


図2 - 17 「一人暮らしの話し相手」の需給均衡（ ）



「一人暮らしの話し相手」は需要割合が5.9%、供給割合が11.8%となっており、需要量が供給量を下回る結果となっている。また需要価格が396円、供給価格が274円となっており、需要価格が供給価格を上回る状況となっている。ここで設定価格を396円より下げると需要割合が増加する。さらに274円までなら供給割合も増加する（図2 - 16）。よって両者の間に適正価格があり、それは330円ぐらいだと推定できる。一方、設定価格を274円より下げると、需要割合が増加及び供給割合が減少することにより均衡する（図2 - 17）。供給を増加させずに需要を増加させたい場合、設定価格を低めに設定すればよいことが分かる。なお、設定金額を396円より上げると、需要曲線が右上がりとなるため成立しない。

図2 - 18 「街の清掃」の需給均衡（ ）

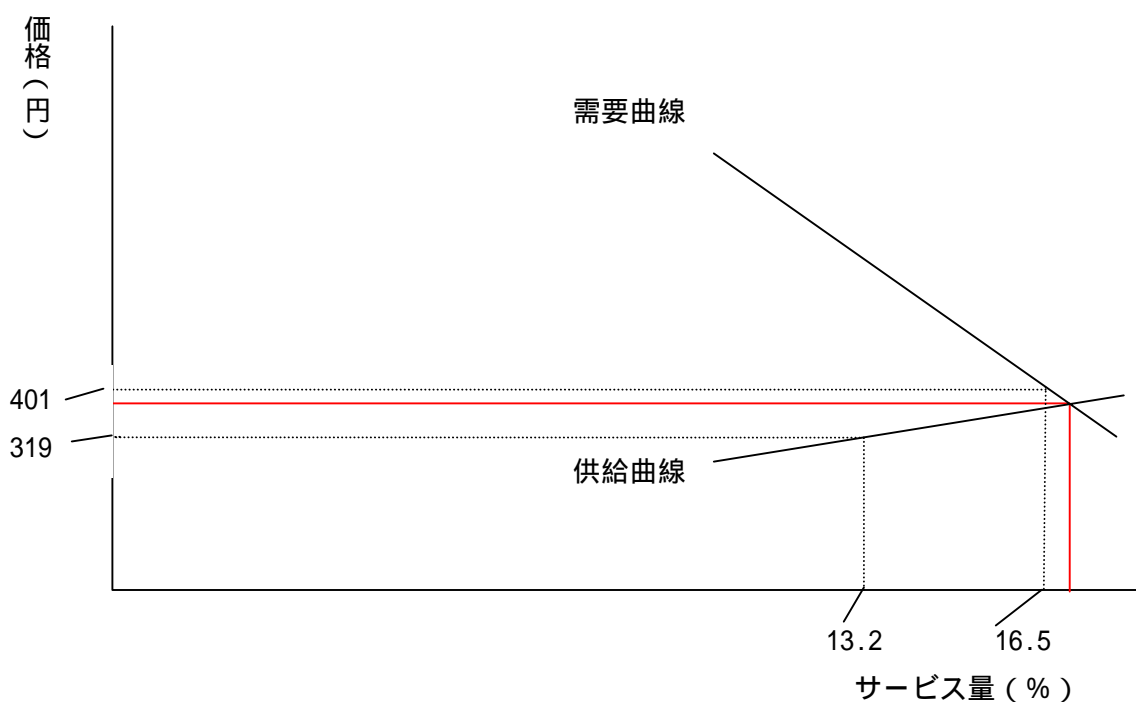
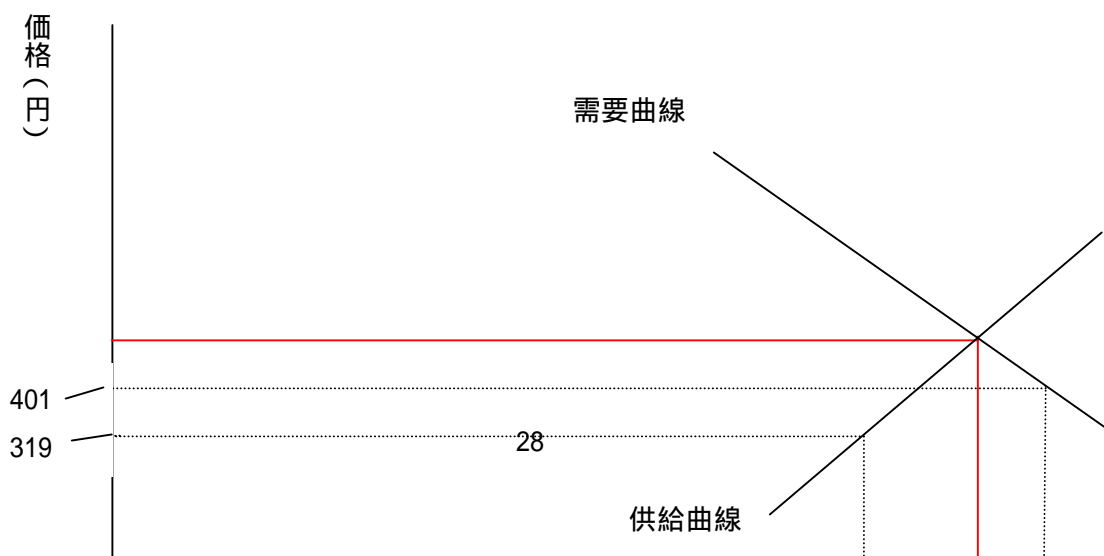


図2 - 19 「街の清掃」の需給均衡（ ）



「街の清掃」の需給均衡の考え方は、「高齢者の送迎」と同様である。適正価格は360円ぐらいだと推定できる。

図2 - 20 「落書き消し」の需給均衡（ ）

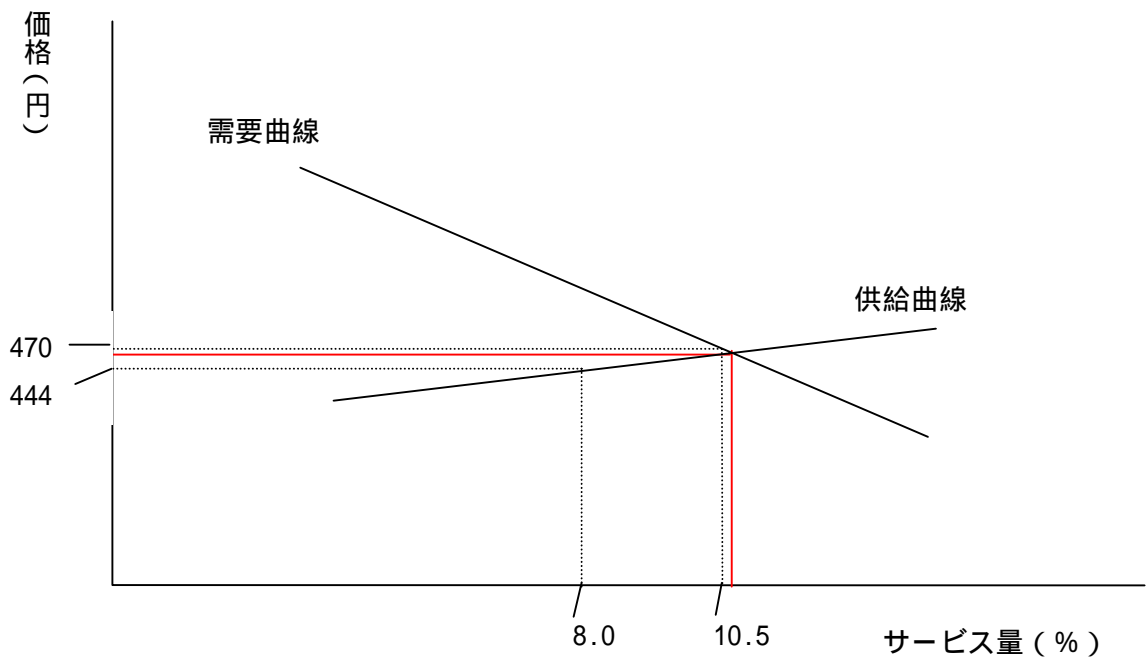
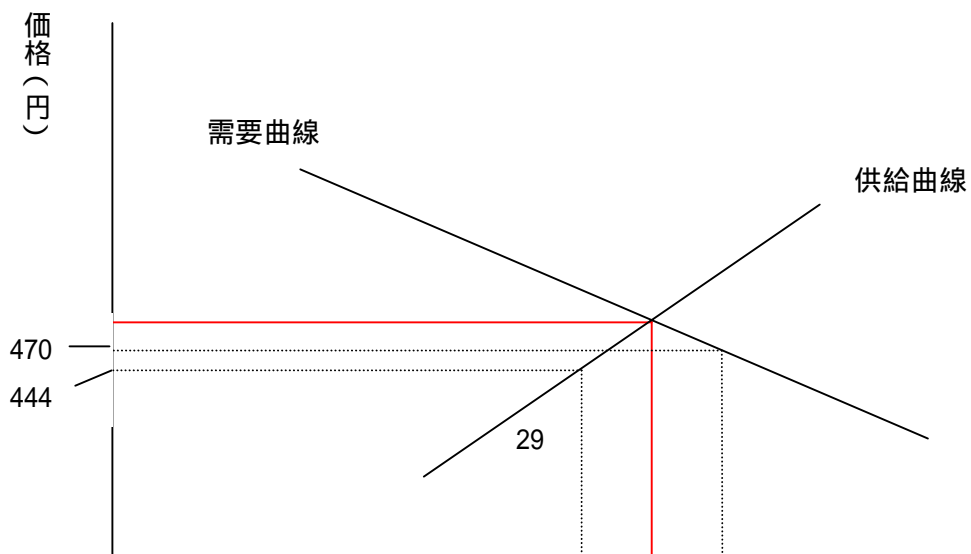


図2 - 21 「落書き消し」の需給均衡（ ）



「落書き消し」の需給均衡の考え方は、「高齢者の送迎」と同様である。適正価格は460円くらいだと推定できる。

図 2 - 2 2 「放置自転車整理」の需給均衡 ()

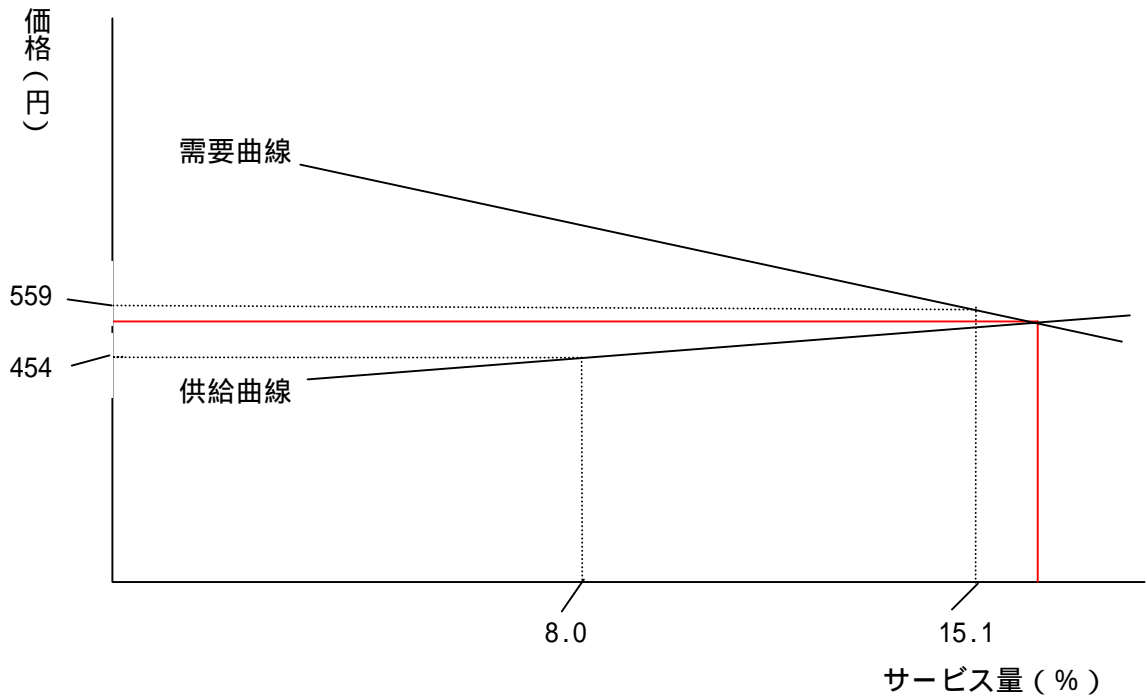
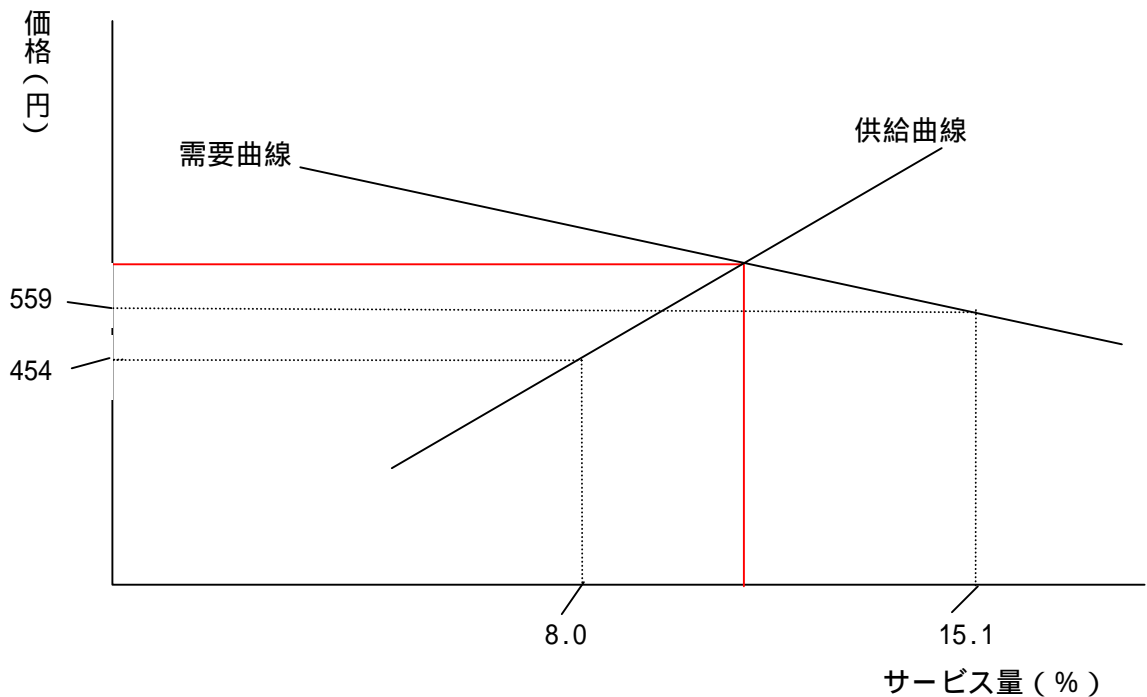


図 2 - 2 3 「放置自転車整理」の需給均衡 ()



「放置自転車整理」の需給均衡の考え方は、「高齢者の送迎」と同様である。適正価格は500円ぐらいだと推定できる。

図 2 - 2 4 「カラオケ指導」の需給均衡 ()

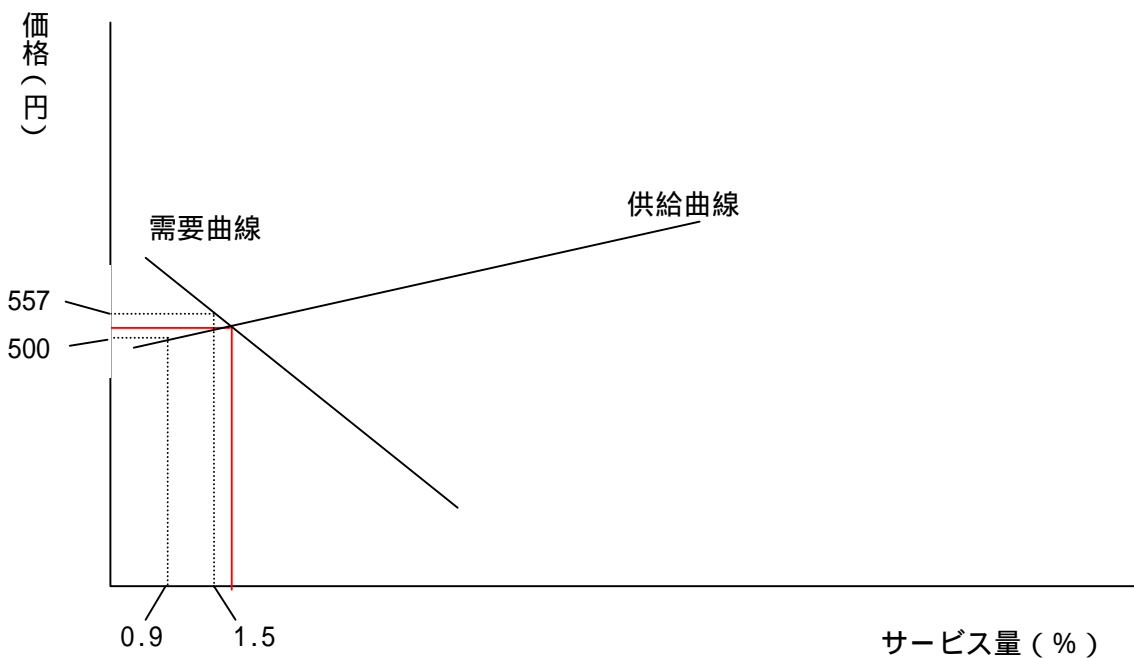
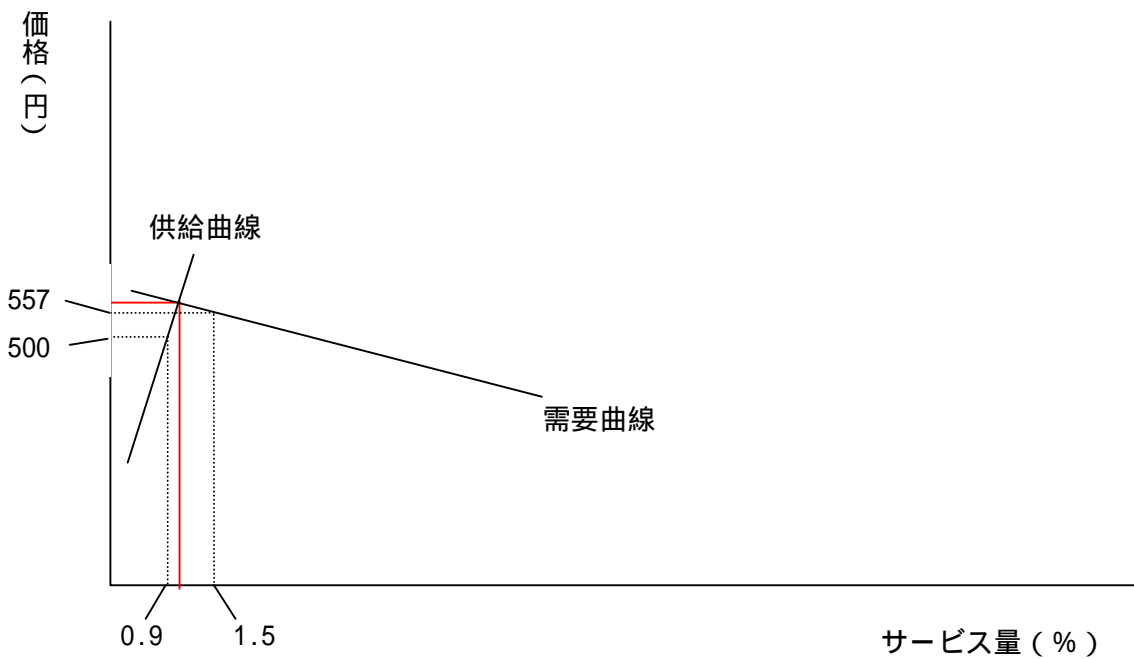


図 2 - 2 5 「カラオケ指導」の需給均衡 ()



「カラオケ指導」の需給均衡の考え方は、「高齢者の送迎」と同様だと考えられる。適

正価格は530円ぐらいだと推定できる。

図2 - 26 「パソコン指導」の需給均衡 ()

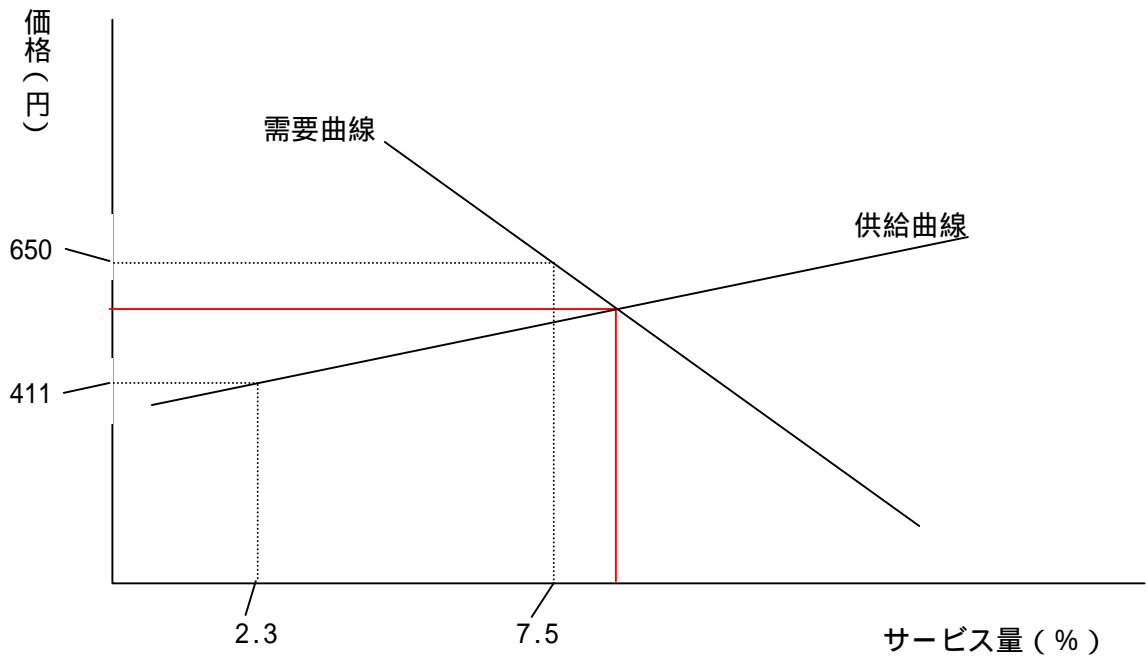
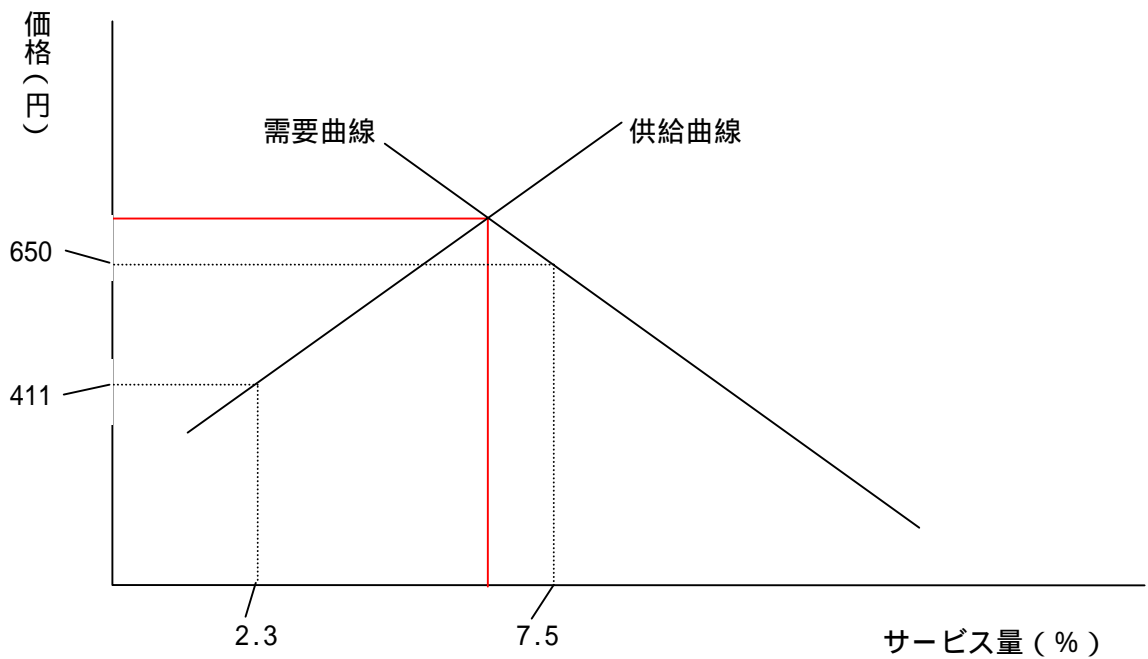


図2 - 27 「パソコン指導」の需給均衡 ()



「パソコン指導」の需給均衡の考え方は、「高齢者の送迎」と同様だと考えられる。適正価格は530円ぐらいだと推定できる。

図2 - 28 「スポーツ指導」の需給均衡 ()

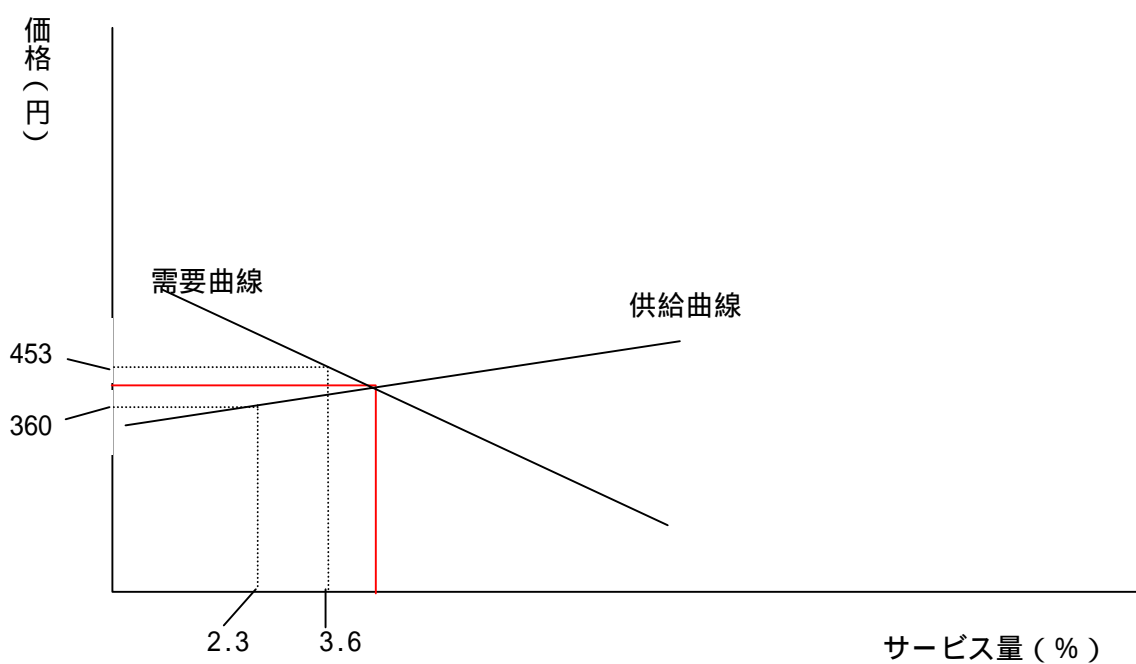
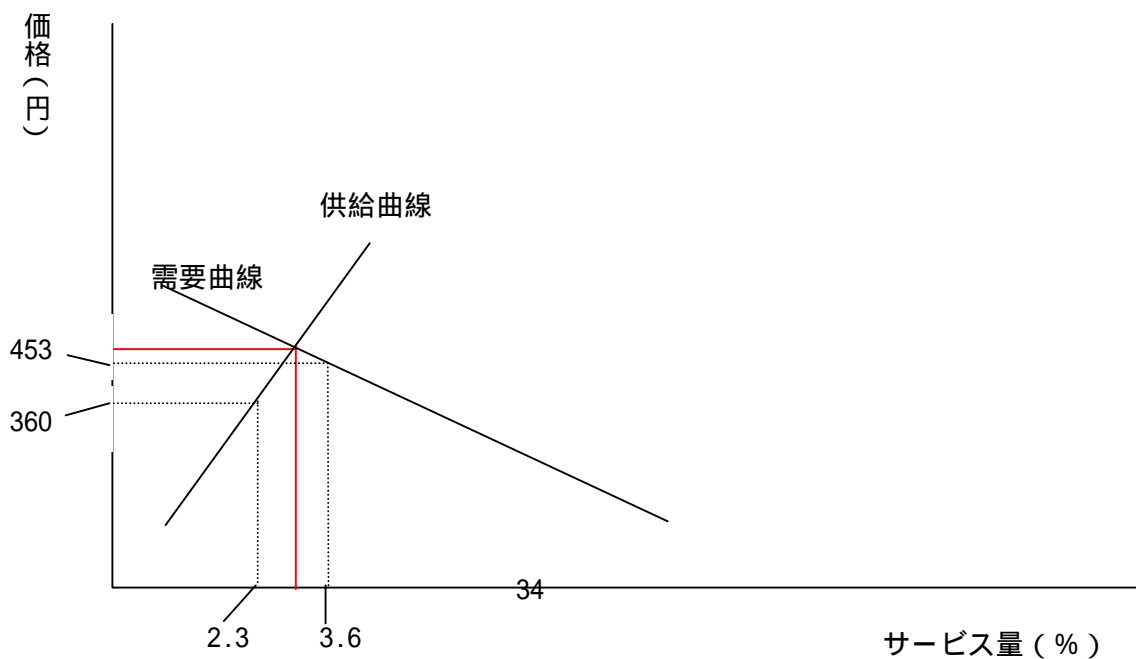


図2 - 29 「スポーツ指導」の需給均衡 ()



「スポーツ指導」の需給均衡の考え方は、「高齢者の送迎」と同様だと考えられる。適正価格は400円ぐらいだと推定できる。

図 2 - 3 0 「料理指導」の需給均衡 ()

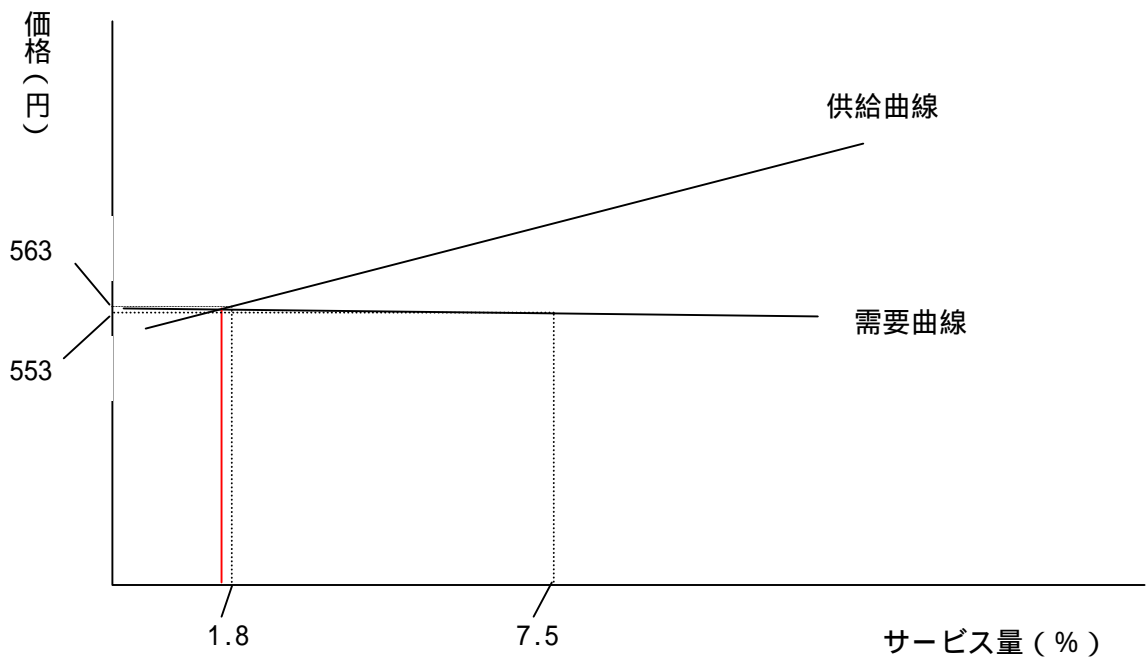
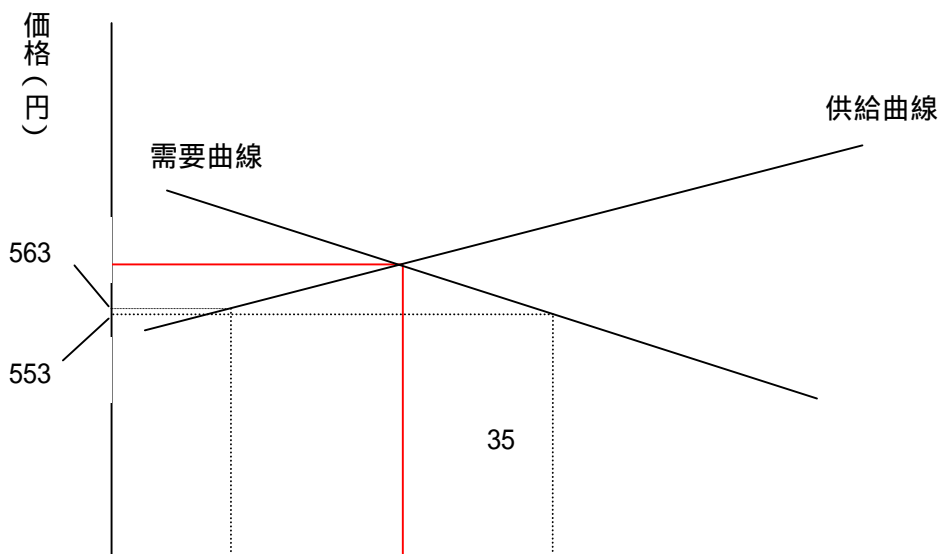


図 2 - 3 1 「料理指導」の需給均衡 ()



「料理指導」は需要割合が7.5%、供給割合が1.8%となっており、需要が供給者を大きく上回っている。また需要価格が553円、供給価格が563円となっており、わずかながら需要価格を供給が上回っている。ここで、設定価格を563円から553円の間を設定すると、需要割合が増加及び供給割合が減少して均衡する（図2 - 30）。一方、設定価格を563円より下げれば、需要割合が減少及び供給割合が増加して均衡する（図2 - 31）。したがって、適正価格を1つに決めることは困難である。しかし、アンケート結果において需給価格がほぼ同じであるため、適正価格もその辺りつまり560円くらいだと推定できる。また、設定価格を553円より下げると、需要曲線が右上がりとなり成立しない。

図2 - 32 「イベントスタッフ」の需給均衡（ ）

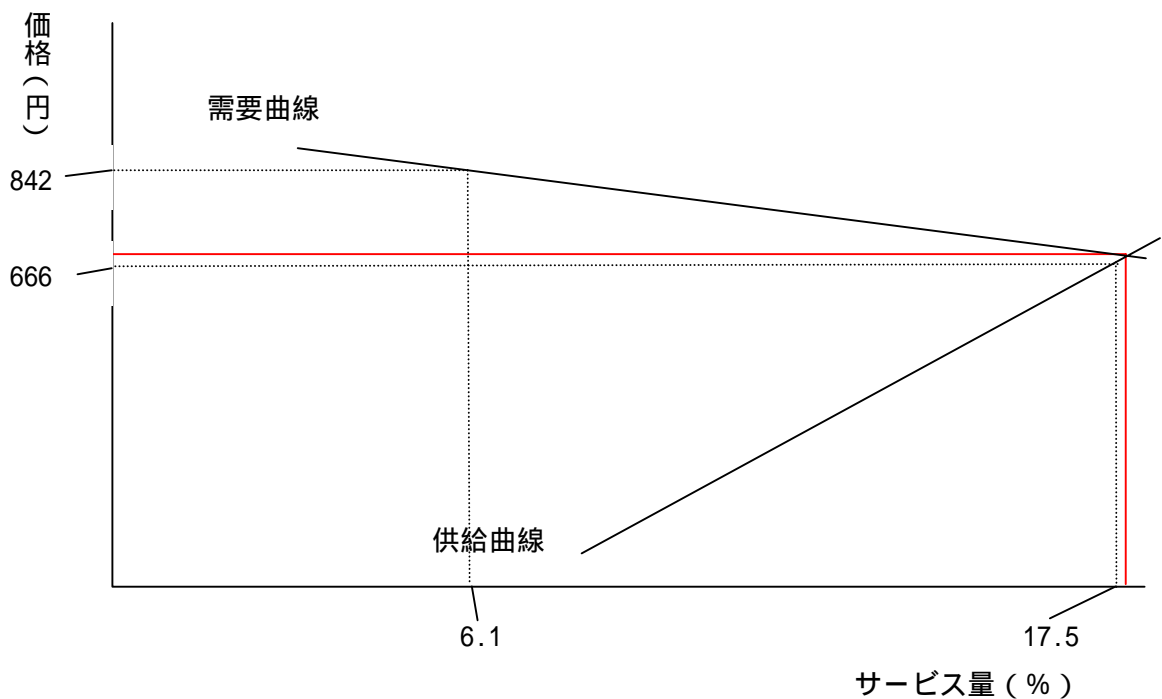
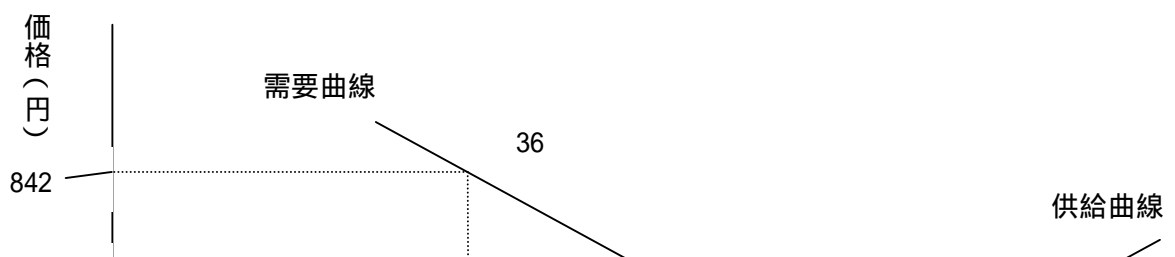


図2 - 33 「イベントスタッフ」の需給均衡（ ）



「イベントスタッフ」の需給均衡の考え方は、「一人暮らしの話し相手」と同様だと考えられる。適正価格は700円ぐらいだと推定できる。

図 2 - 3 4 「観光情報提供・案内」の需給均衡 ()

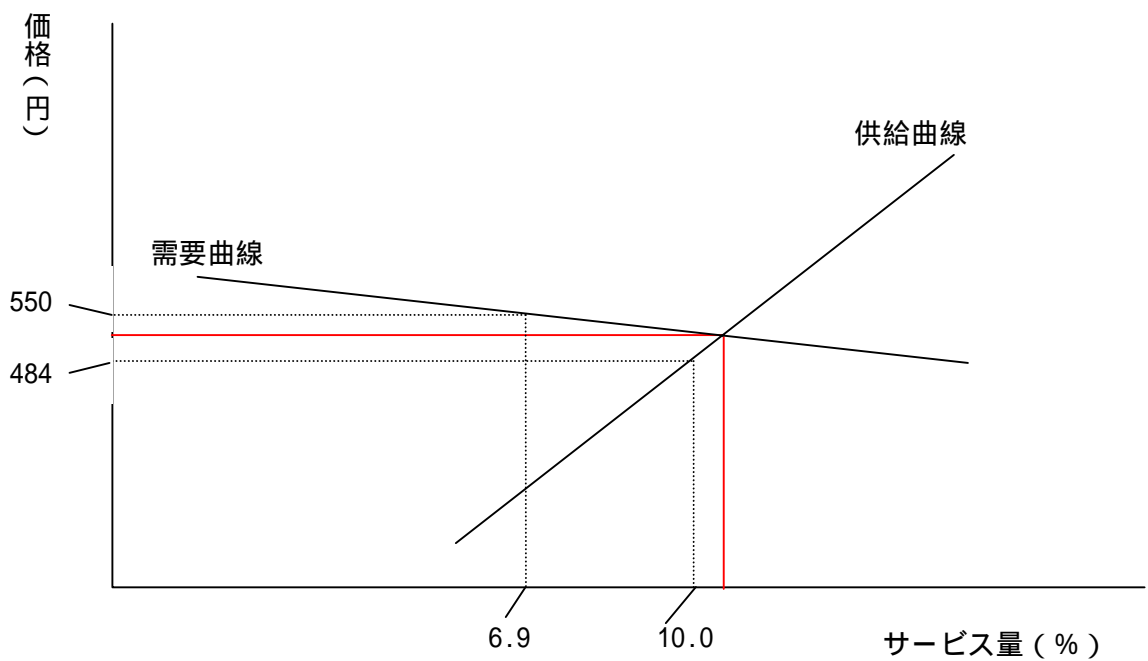
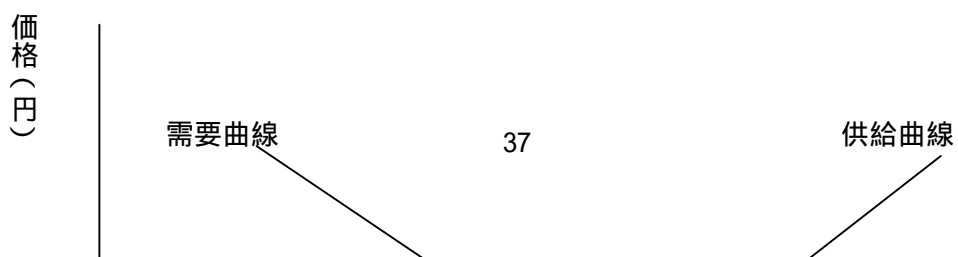


図 2 - 3 5 「観光情報提供・案内」の需給均衡 ()



「観光情報提供・案内」の需給均衡の考え方は、「一人暮らしの話し相手」と同様だと考えられる。適正価格は520円ぐらいだと推定できる。

図2 - 3 6 「手話サービス」の需給均衡 ()

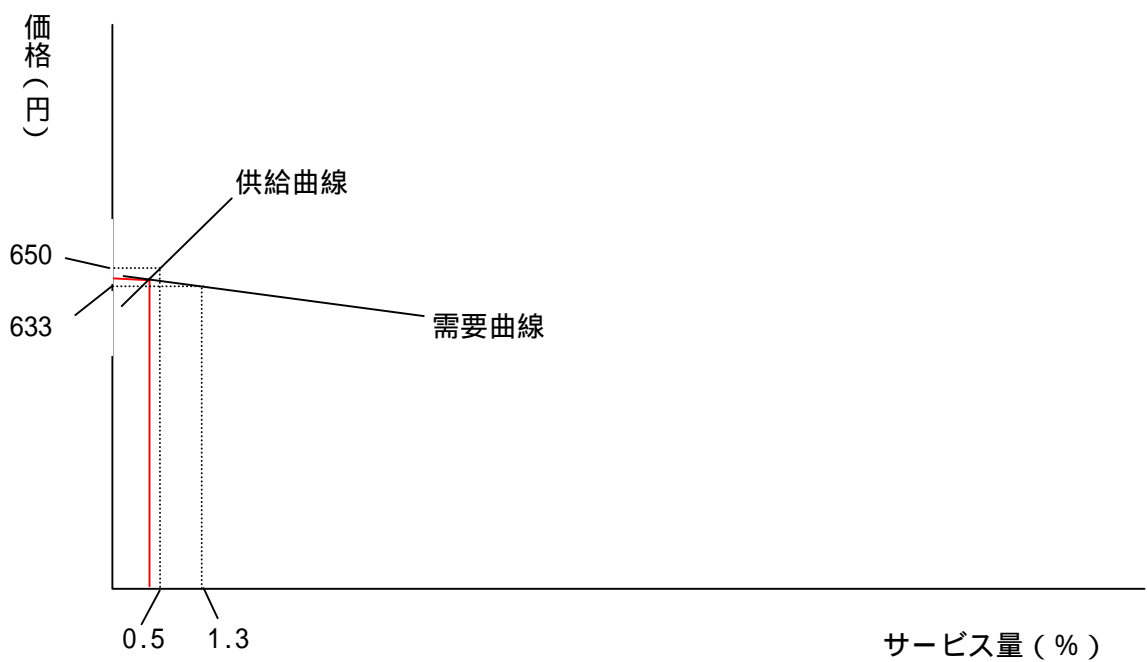
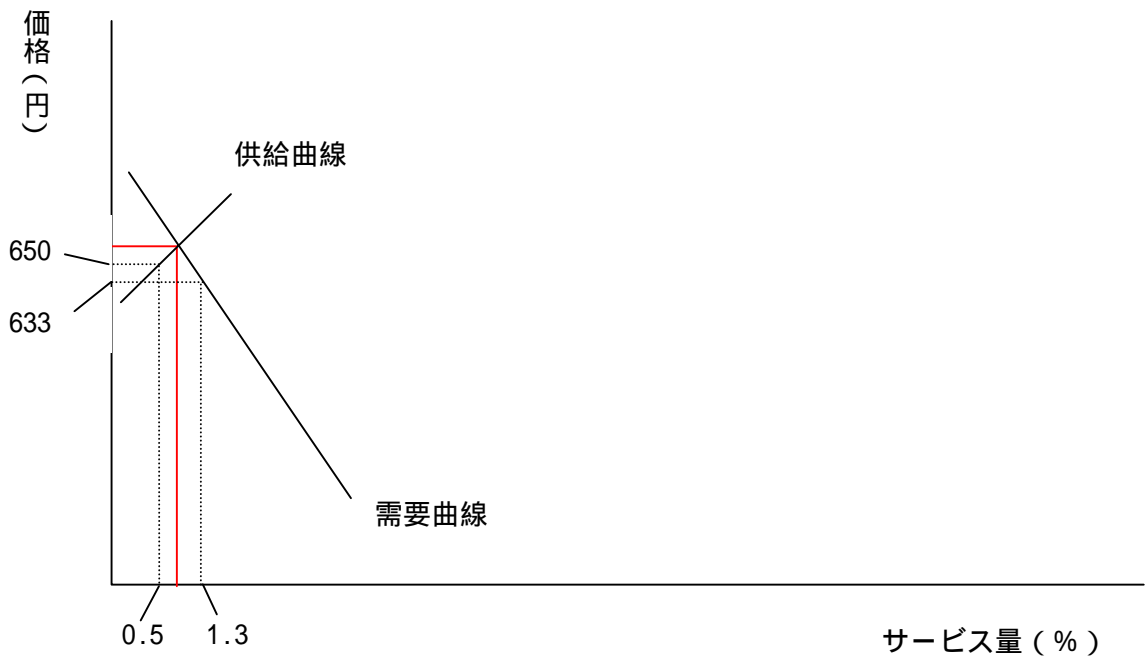


図 2 - 3 7 「手話サービス」の需給均衡 ()



「手話サービス」の需給均衡の考え方は、「料理指導」と同様だと考えられる。適正価格は640円ぐらいだと推定できる。

図 2 - 3 8 「人形劇」の需給均衡 ()

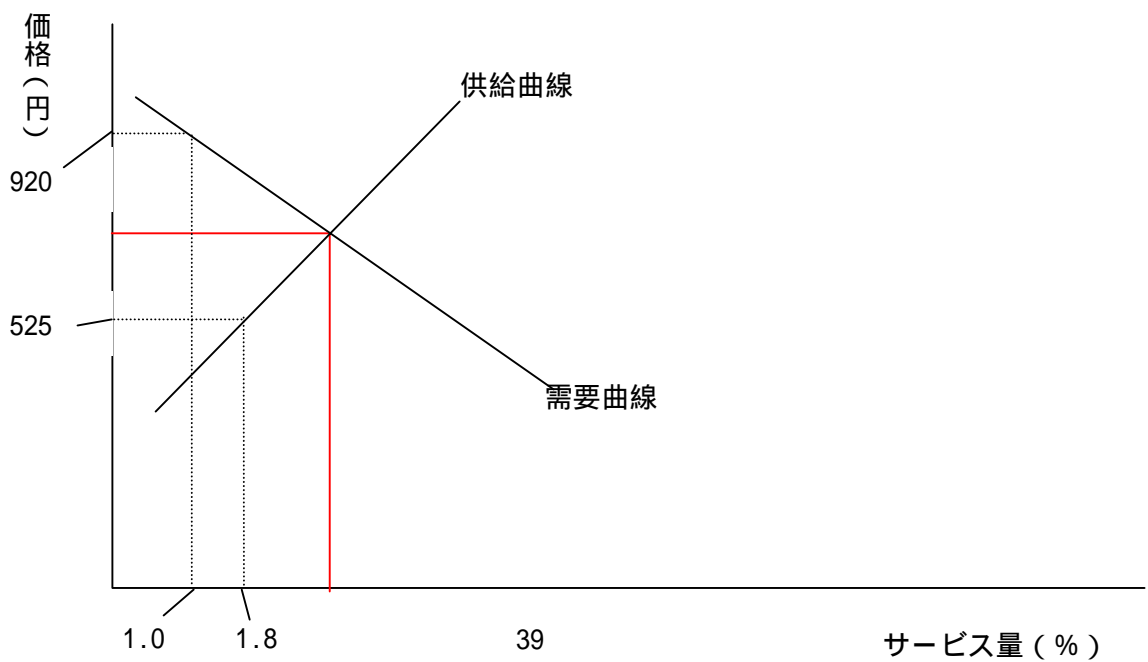
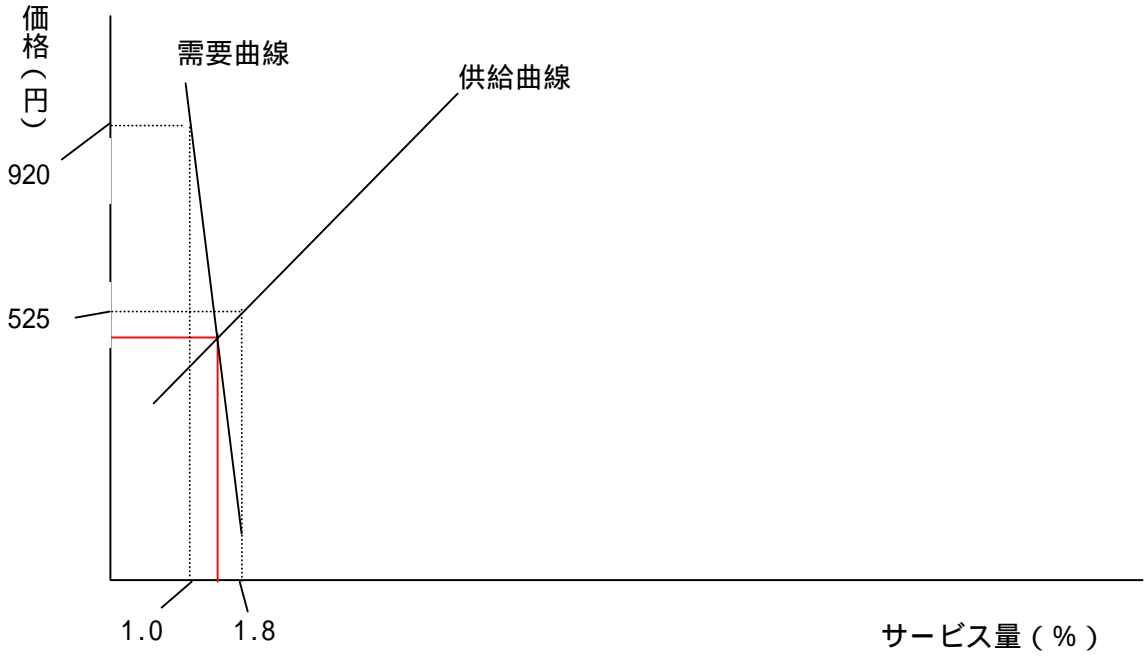


図2 - 39 「人形劇」の需給均衡 ()



「人形劇」の需給均衡の考え方は、「一人暮らしの話し相手」と同様だと考えられる。適正価格は700円くらいだと推定できる。

図2 - 40 「商店の手伝い」の需給均衡 ()

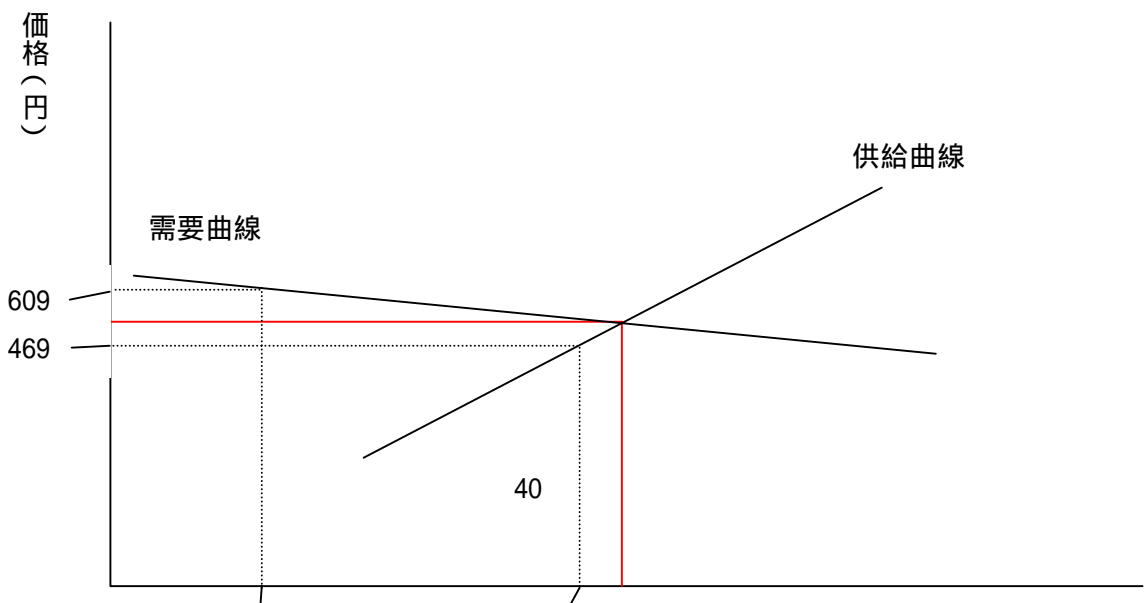
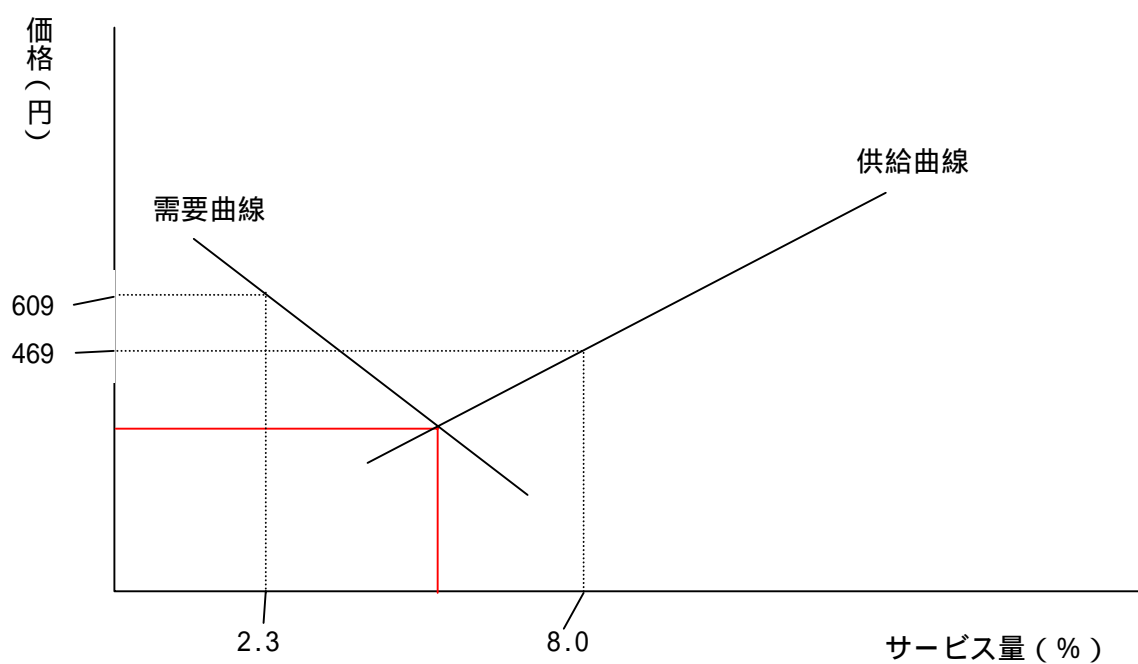


図2 - 4 1 「商店の手伝い」の需給均衡（ ）



「商店の手伝い」の需給均衡の考え方は、「一人暮らしの話し相手」と同様だと考えられる。適正価格は480円近傍と考えられる。

最後に各サービスの適正価格一覧表を掲載する。

表 2 - 3 サービス項目の適正価格

サービス項目	適正価格
高齢者の買い物代行	約360円
高齢者の送迎	約390円
一人暮らしの話し相手	約360円
街の清掃	約360円
落書き消し	約460円
放置自転車整理	約500円
カラオケ指導	約530円
パソコン指導	約530円
スポーツ指導	約400円
料理指導	約560円
イベントスタッフ	約700円
観光情報提供・案内	約520円
手話サービス	約640円
人形劇	約700円
商店の手伝い	約480円

第 部 表町地域通貨フォーラム講演録

開催日時 平成 15 年 2 月 26 日 (水) 14:00 ~

開催場所 表町 3 丁目劇場 (岡山県岡山市)

プログラム

基礎講座 「地域通貨入門」

日本政策投資銀行岡山事務所 (当時)

布施 健

パネルディスカッション

「今なぜ地域通貨なのか? その役割と可能性」

[コーディネーター]

岡山大学経済学部教授

中村 良平

[パネラー]

高知商工会議所中小企業相談所

今城 逸雄

㈱日本総合研究所創発戦略センター研究員

嵯峨 生馬

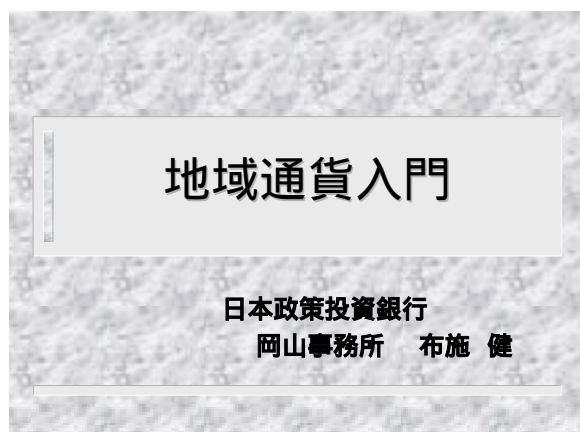
表町おかみさん会会長

高田 美紀子

日本政策投資銀行政策企画部次長 (当時)

前田 正尚





皆さん、こんにちは。

ただ今司会の方よりご案内いただきましたが、本日の地域通貨フォーラム、まずは私、日本政策投資銀行岡山事務所の布施より、そもそも地域通貨はどのようなものであるのかということ、簡単にみなさんにご説明させていただきます。

まず、地域通貨の定義です。

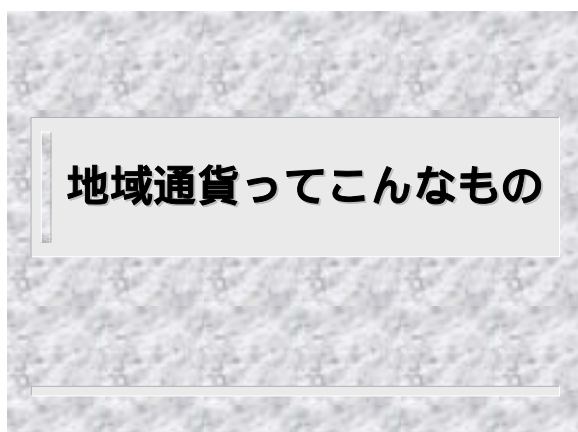
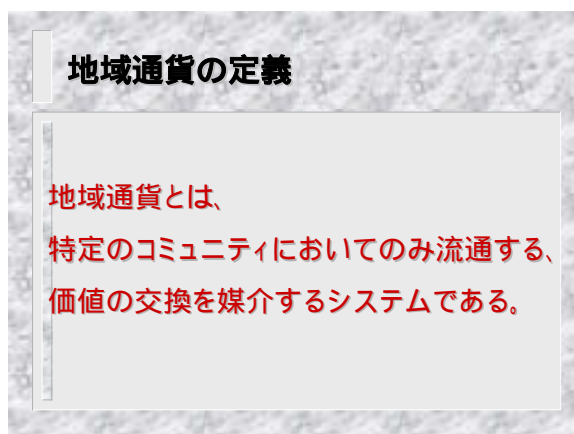
「地域通貨とは特定のコミュニティにおいてのみ流通する価値の交換を媒介するシステムである」。

この特定のコミュニティにおいてのみ流通するという部分が地域ということでしょうか。

価値の交換を媒介するシステム、このあたりが通貨ということなのでしょうか。

一言で言ってしまいますと、地域通貨入門、これでおしまいということになってしまいますが、これをご覧になって、皆さん、「なるほど納得した」「満足した」と言ってでお帰りいただけますでしょうか。私自身、この定義を見ましても、なんだか分かったような、分からないような、そんな感じです。

そこで、折角の地域通貨入門、まだ始ったばかりでございますので、ここをスタートにして、もう少しこの地域通貨について掘り下げていきたいと思っております。



では、地域通貨とは一体どんなものなのでしょうか。

クリン(北海道栗山町)

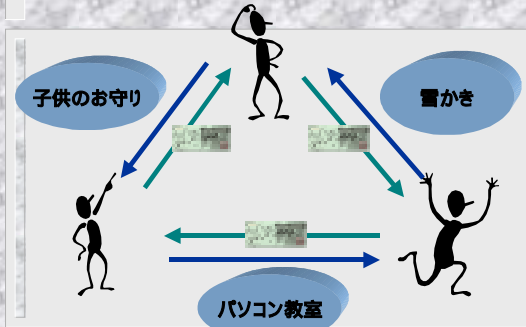


これは北海道栗山町の、「クリン」という名前の地域通貨です。1000クリンと真ん中に書いてありますが、これが1000クリンの紙幣です。

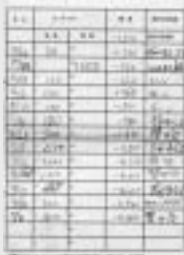
クリンの仕組みを見てみましょう。

まず、ある人が雪掻きを人に手伝ってもらい、その手伝ってもらった御礼にクリンを渡します。そのクリンをもらった人は、誰かにパソコンを教えてもらった時に、その人にクリンを渡します。そのまたクリンをもらった人は別の人に子どものお守りを頼み、御礼にまたクリンを渡します。このような形で、クリンとサービスが、グルグル回っていくという仕組みです。

クリンの仕組み



ピーナッツ(千葉市)



次に、これは千葉のピーナッツという地域通貨です。この地域通貨は先程のクリンとは異なりまして、銀行の通帳のような形になっております。支払いと受け取り、あと残高が書いてあり、銀行の預金通帳とほとんど同じです。このような通帳タイプの地域通貨というのも全国に非常に沢山あります。

紙幣、通帳、それ以外にもコインや小切手、ちょっと高度なものと IC カードというものもあります。通帳でも、インターネット上だけに口座があるような地域通貨もあります。

その他にも、

- コイン
- 小切手
- ICカード
- インターネット上の口座

などがある。

見た目・使い方は普通の「お金」と同じ。

↓

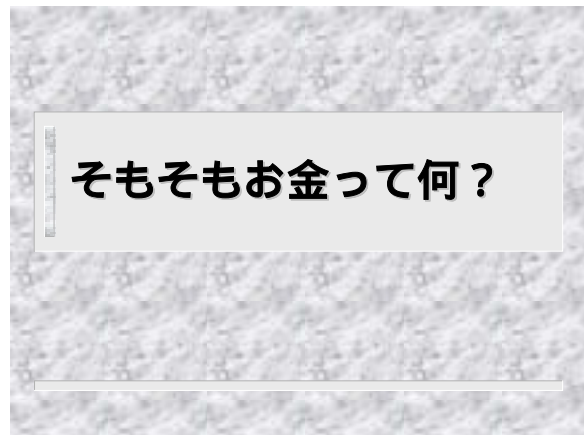
では、
なぜ普通の「お金」ではなく、
「地域通貨」が使われるのか？
普通の「お金」と「地域通貨」は何が違うのか？

このように地域通貨には色々な種類がありますが、どの地域通貨も、自分たちが普段使っているお金となんら変わりありません。

では、なぜ地域通貨なのでしょう。普通のお金が使われるのではなく、なぜ地域通貨が使われるのでしょうか。普通のお金、日本では円、アメリカではドルですが、普通のお金で良いのであれば、地域通貨は必要ありません。地域通貨でなければいけない訳があるとすれば、地域

通貨と普通のお金は、何が違うのでしょうか。

では、まず「普通のお金とは一体何なのか」という所から考えていきたいと思いません。



例えばこんな場合

魚を10匹釣りました。
でも1人では10匹も食べられません。
また、焼いて食べる時に塩が欲しいのですが、
持っていません。
どうすれば良いでしょうか？

例えば、こんな場合を想像してみてください。
魚を十匹釣りました。しかし、一人で十匹も一度に食べられません。また、焼いて食べる時に塩が欲しいのですが、自分は今、塩を持っていません。

このような場合どうすれば良いでしょうか。

もしもこの世にお金というものが無い場合は、魚と塩とを物々交換できる人を探すしかありません。魚を食べたがっており、塩と交換してくれる人を探すわけです。ジャガイモを食べたがっており、塩を余分に持っている人では駄目なのです。これはかなり不便です。

もし「お金」がなかったら

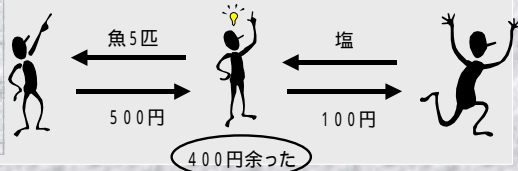
物々交換できる人を探すしかない。

魚を食べたがっており、
塩と交換してくれる人はいないかなあ

こんな時「お金」があれば

魚を食べたがっている人に余っている魚を売って、塩を持っている人から必要な分だけ塩を買えばいい。余った「お金」は持っておく。

例えば、



しかし、このような時にお金というものがあれば、魚を食べたがっている人に、余っている魚を売り、塩を持っている人から必要な分だけ塩を買い、それで余ったお金は持っておけば良いということになります。例えば、5匹自分で食べるとすれば、残り5匹をある人に1匹100円で売り、500円もらいます。自分が塩を一袋だけ必要なら、必要な分だけ100円で買えば良いわけです。そして、自分の手元には400円余ります。

このような役割を果たしている便利なお金ですが、なぜ便利なのかということを考えてみた場合、三つの機能があるからだとされており

一つ目は、お金は交換手段になるということです。お金があれば、「魚を食べたがっており、かつ、塩を余分に持っている人」をわざわざ探す必要はなく、魚を食べたがっている人と、魚とお金を交換し、次に塩を余分に持っている人と、お金と塩とを交換する、つまり、間にお金との交換をはさめば、ジャガイモを食べたがっており、かつ、塩を持っている人からでも、塩を手に入れることができるわけです。

二つ目は、お金は価値を保つことができるということです。価値の保蔵と言われております。魚は明日になると腐ってしまいます。腐ってしまえば何と交換することもできません。しかし、魚を今日のうちにお金に換えてしまえば、お金はいつまで持っていて腐ったり、すり減ったりすることはありませんので、それを持っていればいつでも、別のものと交換できます。食べきれないほど魚を捕ってしまっても、お金に換えることができれば、急いで余った分を他のものと交換しなくても、欲しいものが出てくるまでお金を持っておけばいいわけです。

三つ目の機能は価値の尺度です。お金はものの価値を計る物差しになるということです。魚は1匹、100円、塩は一袋、100円、ジャガイモは10個、200円、米は一袋、千円などという様に、お金という物差しを使うことにより、色々なものの価値を簡単に比べ、よりスムーズに色々なものを交換できるようになるわけです。

「お金」の3つの機能

- ▼ 交換手段
- ▼ 価値の保蔵
- ▼ 価値の尺度

まとめると、

「お金」とは、
必要なものを、必要な時に、必要な場所で、
手に入れやすくするための、
道具、仕組み

以上をまとめますと、お金とは、必要なものを、必要な時に、必要な場所で手に入れるための道具、仕組みであるということになります。物々交換では必要な物を手に入れるのに非常に苦労し、不便です。しかし、交換手段、価値の保蔵、価値の尺度という三つの機能のあるお金という仕組みがあれば、私たちは、必要なものを必要な時に必要な場所で手に入れられる、より豊かな暮らしを過ごしていくことができるようになります。

まとめると、

物々交換では
必要なものを
手に入れるのに
苦労する

「お金」
という仕組み

より豊かな
暮らし

交換手段
価値の保蔵
価値の尺度

必要なものを、
必要な時に、
必要な場所で、
手に入れる

じゃあ地域通貨って何？

それでは、地域通貨とは一体何なのでしょう
か。

地域通貨、見た目、使い方は普通のお金
とほとんど変わらないのですが、実は、考
え方も普通のお金と同じようなものなの
です。

「地域通貨」、
見た目・使い方は普通の「お金」と同じ。

➡ 考え方も「お金」と同じ。

つまり、

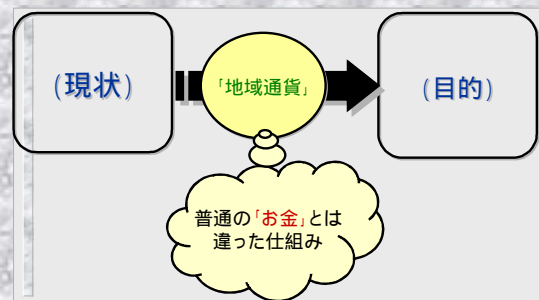
「地域通貨」とは、
をするための、
道具、仕組み

ただし、 は、
普通の「お金」の仕組みでは達成しにくい目的

つまり、地域通貨とは何々をするための道具、仕組みなのです。ただし、普通のお金、三つの機能を持つ普通のお金で事足りているような状況でしたら、わざわざ、地域通貨などというものを新しく作らなくても良いわけですから、地域通貨というのは、普通のお金という仕組みではうまく解決できない目的を達成するために、普通のお金とは少し違ったやり方、少し違った仕組みにしております。

つまり、何か変えたい現状、問題のある現状があり、それをどのようにしたいという目的がある。その2つをつなぐ手段として、地域通貨があるので。

つまり、



具体的には、

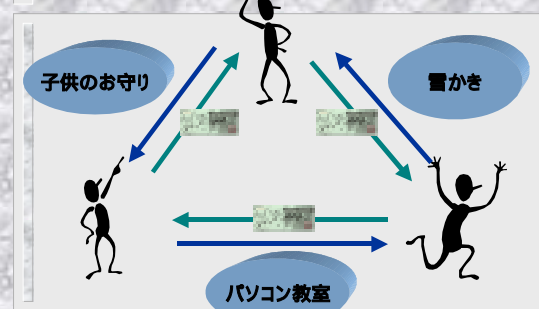
ここで具体的に幾つか、事例をみていきましょう。

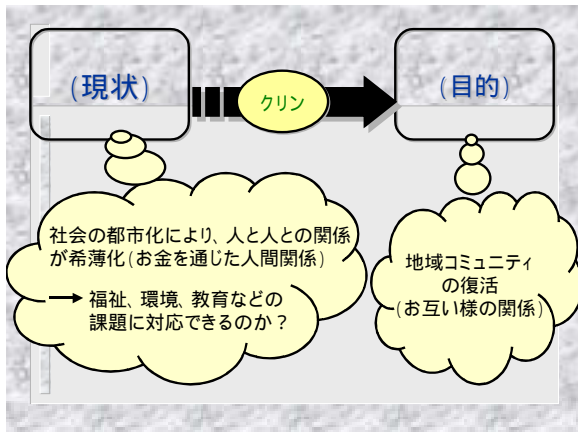
先程登場いたしました北海道のクリンです。

クリン(北海道栗山町)



クリンの仕組み





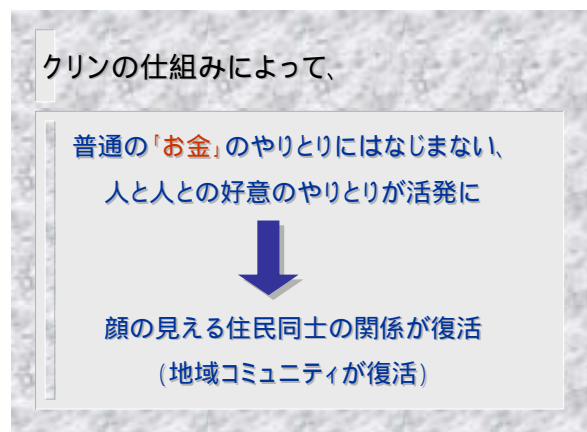
社会の都市化が進む状況で、人と人とお互い助けあう関係が昔に比べてどんどん無くなってきた、言葉は悪いですが、お金を通じた人間関係、お金を払って何かをしてもらう、お金をもらって何かをしてあげる、そういったビジネスとしての人間関係が中心になっているというのは、皆さん、ご認識されているかと思います。これは特に北海道栗山町のことだけではなく、全国どこにでもあるような状況です。この様な状況で、今後ますます大

きくなるであろう福祉問題、環境問題、教育問題などを、ビジネスライクな関係だけで解決できるのかということを考え、これらの問題に対処するために、昔あったような地域コミュニティを復活させる、地域の中でお互い助け合ってきた関係を復活させようではないか、そのような目的をもって考えられたのが北海道栗山町の地域通貨の仕組みです。

「北の国から」という名作ドラマがあります。その最終回で、田中邦衛演じる黒板五郎という主人公が廃材や廃タイヤなどのゴミを集めて家を作る時に、昔からの地元の仲間がそれを手伝っているという場面がありました。それを見ていた他の場所から来た人が、「この人達はタダ働きなのにどうして手伝っているんだ」と聞いたところ、黒板五郎は、「これはこの辺りじゃ「手間返し」といって当たり前。皆、助け合って、困った時はお互い様だという意識で、昔からずっとやってきているんだ」と答えます。北海道のこの地域では「手間返し」と言っておりますが、日本各地色々な所で、この様な、お金というものがなくてもお互い助け合っていく関係が、元々、たくさんあったのです。栗山町では、クリンという仕組みを作り、これを復活させようということを企んでいるのです。

このクリンによってどのような効果があるのでしょうか。

わざわざお金を払ってまでやってもらう事でもないが、してもらえるとありがたいということは色々あると思います。このようなことは、何のきっかけもない場合はなかなか人に頼みづらいと思いますが、そこにこのクリンという仕組みを入れることで、そのようなやりとりを活発にさせようというわけです。その結果、人と人との付き合いが復活していきますので、顔の見える住民同志の関係、つまり地域コミュニティが復活するということが期待できます。



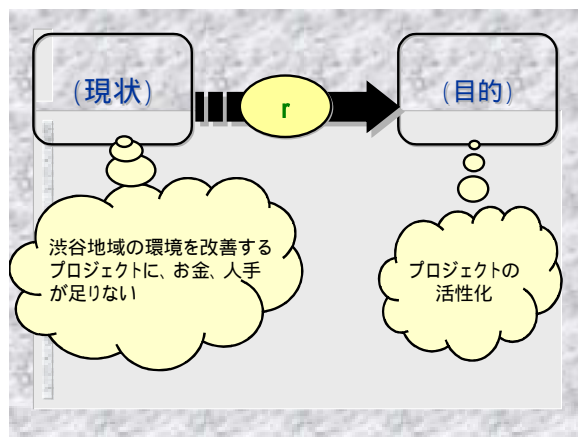
ちなみに、

「クリン」のような仕組みの地域通貨は、
（「お金」やりとりがなじまないサービスの取引に特化した地域通貨は、）
加藤敏春氏
（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター教授）
によって提唱されたもので、
『エコマネー』と呼ばれている。

ちなみにクリンのような仕組みの地域通貨というのは、加藤敏春氏によって提唱されたもので、エコ・マネーと呼ばれております。

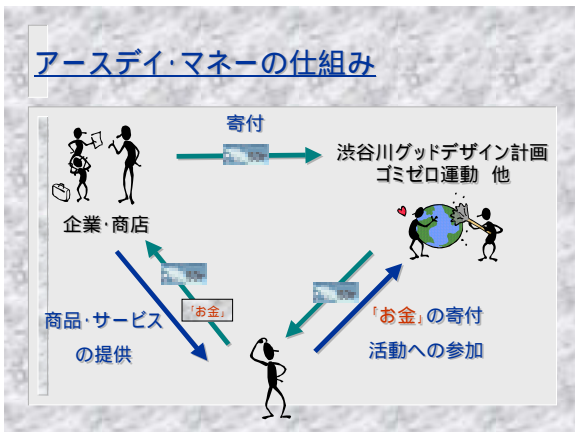
続いて、二つ目の具体的な事例、アースデイ・マネーです。これは東京渋谷での取り組みです。色々な紙幣、カラフルな紙幣がありますが、切符くらいの大きさでして、「r」という単位を使っております。

アースデイ・マネー(東京都渋谷)



こちらの状況ですが、最近、これも各地で取り込まれていることではありますが、渋谷でも地域の環境を改善しようという動きが高まってきております。町の掃除や、渋谷川の美化運動という企画が立ち上げられております。ただ、このような環境保全活動、つまり町の掃除や渋谷川の美化運動などは、決して儲かるものではありません。寄付を集めるとか、ボランティアの人を集めるとか、そういったやり方でプロジェクトを進めているのですが、その様なプロジ

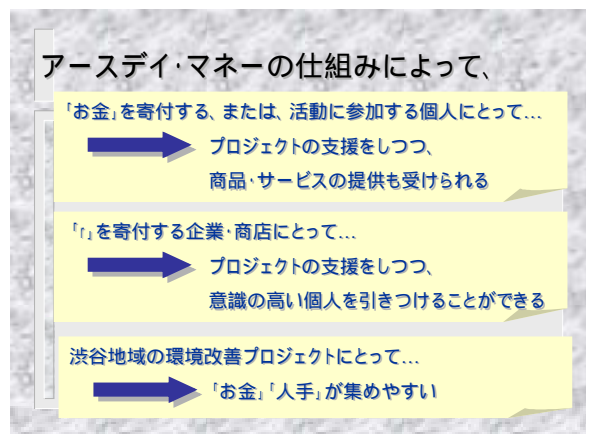
ェクトにはお金や、ボランティアの人手が集まりにくいというのが現状です。このような状況において、プロジェクトを活性させていくために、「r」という地域通貨の仕組みを入れてみようというのが渋谷のアースデイ・マネーの取り組みです。



仕組みとしては、まず、個人がお金を寄付するか、もしくは「渋谷川グッドデザイン計画」や「ゴミ0運動」などの色々なプロジェクトにボランティアスタッフとして参加すると、地域通貨 r がもらえます。r をもらった人は参加加盟店で商品を買ったり、食事したり、お茶飲んだりするわけですが、その時に r と、ある程度のお金、具体的に言えば、500円のものを買う、または、500円のコーヒーを飲むとすると、450円プラス50

r で支払いをします。そして、r をもらった企業やお店は、r を他の参加店で使うか、プロジェクトに寄付します。

このアースデイ・マネーの仕組みによって、お金を寄付する、またはボランティア活動に参加する個人は、渋谷の環境のために良いプロジェクトを応援しながら、商品を買ったり、食事をしたりすることができるというメリットがあります。また、企業、商店の方は、プロジェクトに r を寄付することになりますが、プロジェクトを支援しつつ、そういった環境や地域のために志の高い、意識の高い個人を固定客として囲い込むことができ



るというような事が期待できます。それらと絡んでくることですが、渋谷地域の環境改善プロジェクトにとっては、お金、人手が集めやすくなるという効果が見込まれており、全体としてプロジェクトの活性化につながるというものがアースデイマネーの取り組みです。

ちなみに、

「アースデイ・マネー」のような仕組みは、『コミュニティウェイ』と呼ばれている。

ちなみに、この様に三角に回している様な仕組み、このアースデイ・マネーのような仕組みはコミュニティ・ウェイと呼ばれております。

地域通貨の注意点

さて、地域通貨ですが、いくつか注意点があります。

地域通貨の注意点、法律が二つと、税金です。紙幣類似証券取締法、前払い式証票の規制等に関する法律、税金の取り扱いです。

地域通貨の注意点

- 紙幣類似証券取締法
- 前払い式証票の規制等に関する法律
- 税金の取扱

紙幣類似証券取締法

通貨秩序の維持が目的

取り締まりの対象となる「紙幣類似証券」とは、

- (1) どこでも
- (2) 誰でも
- (3) 何にでも

利用できるものとされている。

まず、紙幣類似証券取締法です。これは通貨秩序の維持を目的としています。色々な地域通貨が出回って、社会、経済が混乱してしまうことをやめさせるといった趣旨で作られた法律です。それでは、ここで取り締まりの対象となる紙幣類似証券とはどんなものか。どこでも使える、誰でも使える、何にでも使える、こういったものが法律で通貨に定められておりまして、このようなものを地域通貨としてしまいまして、お咎めを受けてしまうこととなります。

二つ目、前払い式証票の規制等に関する法律です。プリペイド・カードに関する購入者の利益保護・信用維持を目的としています。最初にお金を払ってカードをもらい、そのカードを使ってあとでサービスを受けるというプリペイド・カードですが、買った後になって、1000円で買っているのに使えませんでした、などと言われると買った方も困るわけで、そのようなことを取り締まろうとする法律です。地域通貨では何がひっかかってくるのかと申しますと、先程のアース・デイ・

前払い式証票の規制等に関する法律

いわゆるプリペイドカードに関する、購入者の利益保護、信用維持が目的

現金による寄付行為に対して発行される地域通貨は「前払い式証票」に該当するのではないかという問題

「寄付行為」であることが明確に示されており、地域通貨はあくまでも無償交付ということであれば規制対象外とされている。

マネーのように現金で寄付をして、地域通貨をもらうといったタイプの地域通貨は、現金で地域通貨を買っているのではないかと、というところでこの法律にひっかかってくる可能性があるわけです。ただし、現在の当局の見解では、寄付行為であるという事が明確で、これは地域通貨をお金で買うのではなく、寄付に対してあくまでありがたい気持ちを渡しているという事であれば、規制対象外であると言われております。

これら二つの法律に関しましては、これからの状況によって、運用が変わってくるかもしれませんが、こういった問題があるのだ、という事を気に留めて頂いて、実際、地域通貨をこれから始める、そういう時に、関係の各役所にご相談して頂ければと思っております。

税金の取扱

企業・商店が地域通貨を受け取った場合どうするか

消費税の計算方法は？
受け取った地域通貨は販売費として損金算入できるの？

ケースバイケースであるので、実際の運用は税務署と相談

続いて税金の取り扱いです。ご商売されている方などは、このあたりが問題になってくるかと思いますが、企業や商店が地域通貨を受け取った場合、どうすれば良いのでしょうか。消費税はどうやって計算すれば良いのでしょうか。また、受け取った地域通貨は販売費として税金の控除対象、損金算入できるのか、といった疑問もあるかと思いますが、非常にはっきりしないのですが、これらはケース・バイ・ケースでありまして、具体的には税務署の方と相談して下さい、ということしか、今は言えません。

ですので、注意点といたしましては、法律が二つあるということ、税金のところでは何か引かかってくる可能性があるということ、その辺りを頭の片隅に留めておいて頂ければ結構です。

では、少し戻って確認しましょう。

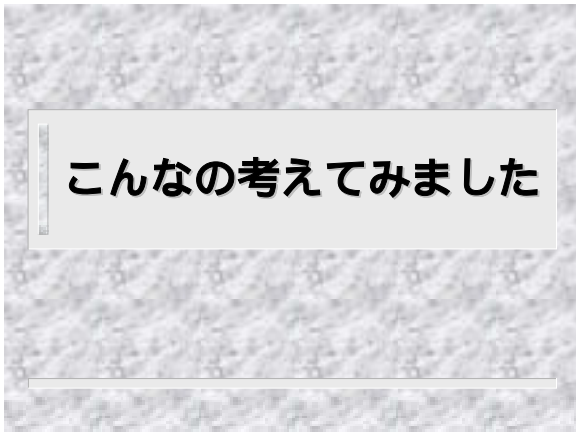
では、
もう一度確認です

「地域通貨」とは、
をするための、
道具、仕組み

↓

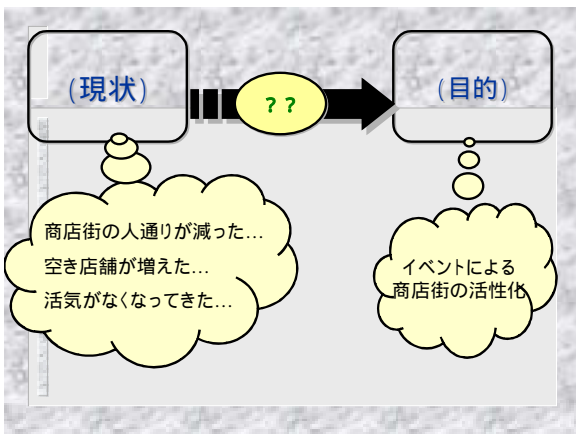
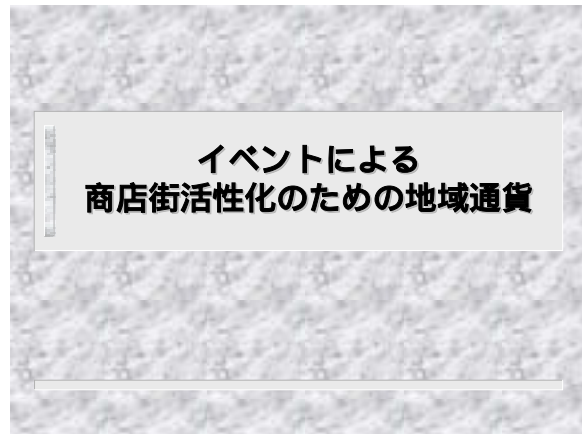
みなさんなら、
どんな目的のために、
どんな「地域通貨」を考えますか？

地域通貨とは何々をするための道具、仕組みという事でした。では、皆さん、こういった地域通貨という道具、仕組みを使って、どんなことをしたいと思いませんか。また、何かしたいことがある方の場合、どんな仕組みを考えられますか。



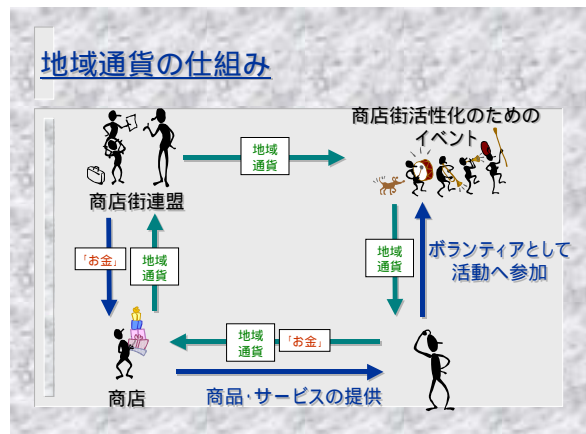
私の方で、このようなものを考えてみました。

一つ目、イベントによる商店街活性化のための地域通貨です。



現状としてありますのは、商店街の人通りが減った、空き店舗が増えてきた、商店街の活気がなくなってきた、という、全国の商店街、色々な所で見られる話です。このような状況を、面白いイベントを沢山行うことによって、商店街の活性化につなげていく、そういう所に、使える仕組み、地域通貨はないか、ということで、このような仕組みを考えてみました。

まず、商店街の連盟が商店街の中だけで使える地域通貨をイベントに向けて発行します。イベントはお祭りでもいいですし、落書き消しといった、街の美化運動といったものもあります。こういった商店街活性化のためのイベントに、個人がボランティアとして参加します。そのボランティアに対し、商店街のために何かしてくれてありがとうという事で、地域通貨を渡します。ここはお昼のお弁当代、ジュース代をあげるのではなく、またバイト代として時給500円あげるのではなく、商店街の中でしか使えない地域通貨をあげるわけです。地域通貨を



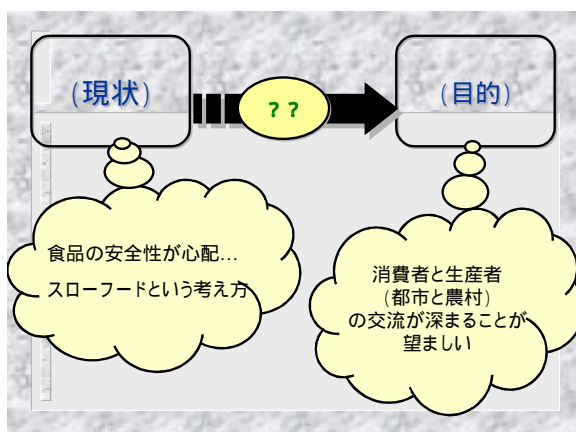
もらった個人は、商店街の地域通貨を使えるお店でものを買ったり、ごはんを食べたり、お茶飲んだりする時に、地域通貨をお金と一緒に、先程のアースデイ・マネーと同じように、500円のところ、450円プラス50何々という形で払います。そして、地域通貨が集まってきたお店は、商店街連盟と地域通貨を交換し、連盟に地域通貨が戻ってくるといような仕組みです。平たく言ってしまうと、商店街連盟が商店街活性化のイベントの人件費を地域通貨で支払うという仕組みです。

地域通貨の導入によって、

- 地域通貨がもらえる
 - 個人がイベントへ参加するきっかけ
- 商店への支払は「地域通貨+お金」
 - 商店街全体ではイベントに使ったお金以上の売上が見込める
 - 商店街がイベントへお金を出すきっかけ

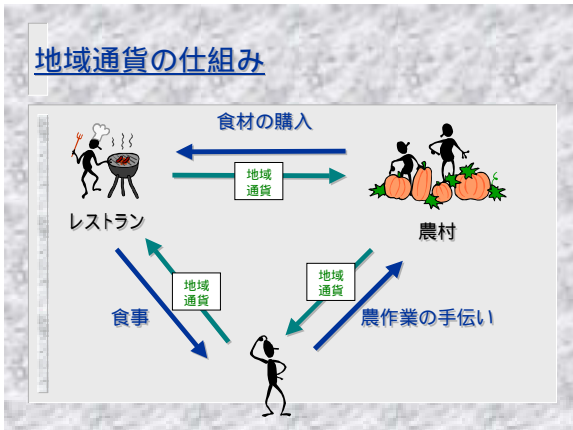
この地域通貨を導入することによって、地域通貨をもらえるんだって参加してみようかなという風に、個人がイベントに参加するきっかけになります。次に個人が商店でものを買ったり、食べたりした時に支払う時、地域通貨プラスお金で支払います。この地域通貨というのは商店街の中でしか使えないので、商店街全体ではイベントに発行した地域通貨以上のお金の売上が見込めるわけです。ということは、商店街がイベントに対してお金を出しても、それは結局回りまわって商店街全体に戻ってくるようになりますので、商店街としてもイベントにお金を出しやすくなります。このように、地域通貨を入れることにより、イベントによる商店街の活性化に取り組みやすくなるメリットがあると考えられるのです。実は、今度表町商店街で取り組もうとしているのは、これと非常に近い地域通貨です。

では、次に地産地消促進型地域通貨です。地域で作られたものを地域内で消費するという最近流行の地産地消運動ですが、これを盛り上げていこうじゃないかというような地域通貨を考えてみました。



まず、現状です。食品の安全性が心配、狂牛病もありましたし、野菜でも農薬の問題など色々あると思います。最近、雪印の問題もありましたし、こういった安全性が心配だという問題や、また、スロー・フードという考え方も最近高まってきており、もっと自分達の食べているものについてちゃんと考えていこうじゃないか、この様な動きがよく見られます。この様な動きの高まりの中、色々な取り組みや活動が行

われておりますが、その中の一つとして、消費者と生産者、都市と農村、これらの交流が深まることによって、何らかの現状にとって、良い解決になるのではないか、という話があります。そこに地域通貨を使ってみようというわけです。



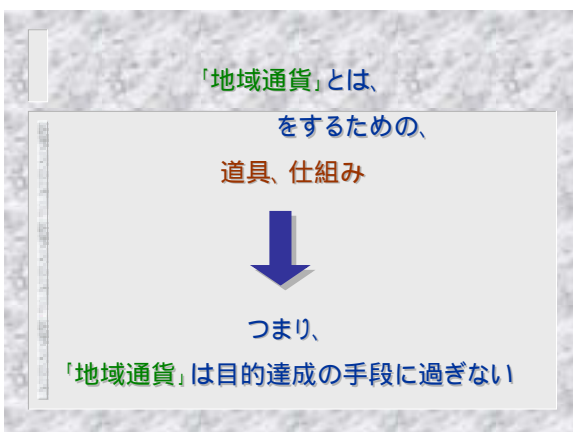
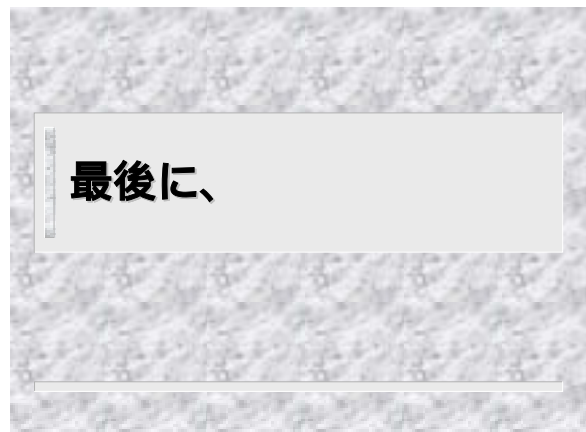
仕組みはこのような形になっております。

個人が農村で農作業を手伝い、御礼として地域通貨をもらいます。その個人がレストランで食事をする時に、地域通貨で払います。レストランは食材を、農村から地域通貨で買うことができる。このような仕組みです。間接的にはあるのですが、消費者は自分の食べるものの生産に関わることができます。農村で野菜を作っている方にとりましては、農作業の人手を賄える

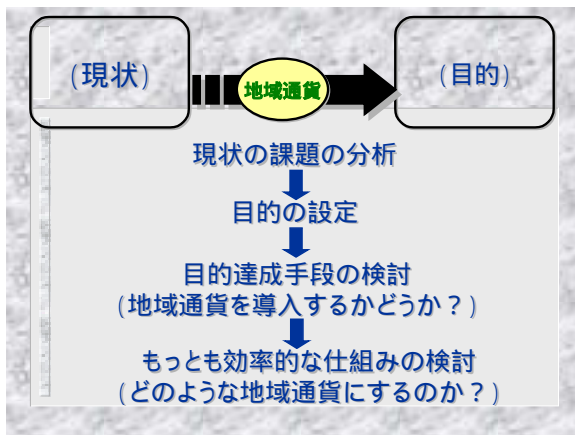
といったことに加え、ここで消費者と直接の接点ができますので、自分達の野菜を買われる方はどういったところを見て、買っているのか、そういった消費者のニーズを直接、汲み取るよい機会にもなります。

地域通貨といった仕組みを入れることによって、消費者と生産者、都市と農村の交流が深まることが期待できるわけです。

ではもう一度。



地域通貨とは何かをするための道具、仕組みです。つまり、地域通貨というのは何らかの目的を達成するための手段にすぎないわけです。



全体の流れからいきますと、まず、現状の課題を分析する、現状の課題は何なのか、という所を考えていくというのがまず最初のステップです。

その後、その課題を解決するためには何をすればいいのか、というところで目的を定めというのが次のステップです。

その次に、目的を達成するためにはどのような手段があるのか、ということを考えます。例

えば、商店街を活性化するというものでありましたら、地域通貨を入れるということが一つありますが、空き店舗に大学生にチャレンジ・ショップをやらせてみよう、といった仕組みなど色々な手段が考えられます。この段階が、地域通貨を導入するかどうか判断するステップとなってきます。

最後に、どういう手段を取るのかを決めたら、最も効率的に取り組むためにはどのような仕組みがいいのか、地域通貨で言えば、どのようなタイプの仕組みにすれば一番、目的を達成しようとする人にとって、効果的に目的が達成できるのか、そういったことを考えることになります。

このような上から下へ流れてくるようなステップの中で見てみると、地域通貨は下流のほうに位置づけられるということが分かるかと思えます。逆に考えていきますと、一番下、仮に最も効率的な仕組みの地域通貨があるとしたしまして、具体的には、地域通貨のデザインがどんなに優れていて、皆がそれを欲しいと思う様なカッコいい地域通貨でも、またはどんなに地域通貨がグルグル回るようなうまい仕組みを皆さんで考えられたとしても、川上の部分、現状の課題の分析が間違っている、もしくは課題の分析が曖昧なままである、また、目的の設定についても、目的の方向性が間違っている、議論も曖昧である、このような状態で始めますと、当初、地域通貨を導入すればこうなる筈だったのと思うような目的が達成できないどころか、結局、手間ばかりかかって、なんでこんなものやったんだっという様な状況になりかねません。

大事なことは、地域通貨の長所を考えてそれを活かすのと同様に、地域通貨はどんなものでも解決してくれる魔法の杖ではないということをよく認識し、その様な地域通貨の限界をしっかりと考えた上で、ではそれを自分のやりたい事に使っていくにはどうすればいいのか、そこの部分をしっかりと考え、議論していくことである、そのように私は考えております。

本日はご清聴、ありがとうございました。

パネルディスカッション

今なぜ地域通貨なのか？ その役割と可能性

中村

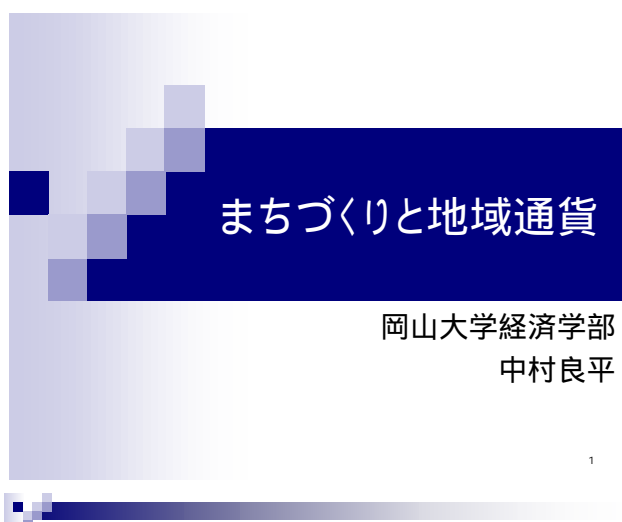
これから地域通貨についてパネル・ディスカッションを行いたいと思います。普通はコーディネーターがパネラーにふって、それでパネラーとやり取りするのですが、今回は地域通貨の専門家三人をお招きしておりますので、それぞれ15分程度、お話していただき、その後、10分ないし12～3分、私やフロアーの皆さんを交えて質疑応答の時間をとりたいと思います。

コーディネーターはあまりしゃべってはいけないのですが、どちらかと言うとしゃべるほうが好きなので、まちづくりと地域通貨の関連について10分程度、お話をさせていただきます。その後、順番に、それぞれの立場から、プレゼンテーションをお願いしたいと思います。

まず、私のほうは「まちづくりと地域通貨」というテーマで、大きく分けて二つお話ししたいと思います。

ひとつは、私のほうでは一昨年ぐらいからまちづくりを考える場合の「まちづくりの方程式」ということを考えました。と言っても別に理科系のように微分方程式を解くようなものではありません。野球などで、先発がいて、中継ぎがいて、押さえがいて、そういうのを、試合に勝てば勝利の方程式といえますので、そういった感じでまちづくりの仕組みを方程式として考えて、そして商店街活性化の、あるいはまちづくりの答えを見出していこうという、少し頭の中を整理するという意味で作ってみました。昨年4月から1年間、うちの大学のゼミでこれを研究していました。それをご紹介したいと思います。

二番目は、この表町地域通貨研究会というものの構成、あるいは経緯について、冒頭で、日本政策投資銀行の小笠原所長のほうからご紹介がありましたが、もう一度、それをお話



内容

1. まちづくりの方程式

現状の認識: 既知数

目的、目標の設定: 目的関数

手段、手法の考察: 未知数(解)

2. 表町地域通貨研究会

構成

経緯

2

ししたいと思います。

まず、まちづくりの方程式についてです。

方程式というのは、既知数があって目的があって未知数がある、という構造になっています。既知数というのは実は現状の認識ということで、何が問題になっていて、現状はどうかということです。先ほど布施さんが最後のほうで同じようなことが述べられていたと思います。それで、現状が良ければ

特に何もする必要はないかもしれませんが、現状をもっと良くしたいとか、現状に満足していない場合には何らかの目的、目標というのを作って現状を変えていきたい、ということになります。そうすると目的、目標の設定ということになりますが、これは経済学や数理工学で考える目的関数を設定することです。目的関数を設定したら解かないといけないわけです。

ご存知のように未知数と、既知数、つまり分かっている数の方程式が同じであれば解けますが、未知数の方が多いと解けません。そこで、手段、手法と考えるということが実は未知数を求めるということになります。言い換えると、現状、あるいは状況がどのようになっているか、何をどうしたいか、そういったことを前提にして、仕組みを考えるわけです。Y = a X + bのように、Yが目的であり、aが与件であり、Xがまちづくりの答えだということになります。

要するに、未知数と既知数を考えて、手法を考えていくということになります。例えば、現状の認識をどうするかということを考えてみると、二つ、例を作っていますが、まず一番目が過疎地の例です。

過疎地というのはその名前の通りに、死亡が出生を上回っている、あるいは転出が転入を上回っているということで、基本的には人口が減っている地域です。そこでは当然、高齢者が多くなってくるので、その結果、高齢者のモビリティを確保しないといけない、あるいは買い物の便が悪い、雇用の機会が少ない、従って、若い人はそこに定着しない、というそういった現状に

ついての因果関係がでてきます。それをまず、頭の中、あるいは紙の上で整理するという

1. まちづくりの方程式

- 1) どのようになっているか: 状況・現況
- 2) なにをどうしたいか: 目的・目標
- 3) まちづくり方程式をたてる
 - まちづくり方程式での既知数は何か
 - まちづくり方程式での未知数は何か
- 4) まちづくり方程式を解く
 - どのように: 手段・手法

3

1) 現状・状況認識のベクトル: a

■ 地域の課題的状況の列挙とそれらの因果関係

例1) 過疎地のケース

人口の減少(死亡 > 出生、転出 > 転入)
高齢者が多い 高齢者のモビリティ確保
買い物の便が悪い
雇用の場がない 若者の流出

例2) 商店街のケース

空き店舗の増加、買い物客の減少
後継者の不足(高齢化)
郊外店との競争激化

4

ことになります。

今回、対象になるのは例2の場合の商店街のケースです。商店街のケースだと、これはご承知のようにほとんど多くの商店街が空き店舗の増加という現象を抱えています。買い物客が減っているという、減少の現象ですね。それから後継者の不足、いわゆる高齢化。そして中心市街地にとっては郊外店、あるいは量販店との競争が厳しくなっているということ。これが現状認識のaというケース・ベクトルというか、条件になります。

もう一つ重要なことがあります。恐らくこの後のパネルの中でお話が出ると思いますが、地域資源の分布状況を調べておくとい

うことです。これは、ポジティブな要素の列挙になってまいります。まず人材です。今回でもこういった地域通貨の企画をして事業をする場合にデザイナーはいるのか、あるいは実際、動いてくれる人はいるのか、ネットワークを誰が組むのか、そういった色々な人材、どこに誰がいるのかということ

を認識しておく。それから観光の資源の分布状況。それから自然環境であったり、インフラの社会環境であったり、あるいはその民間資本の状況であったり、その地域の連携の可能性、そういった諸々のポジティブな地域資源、広い意味の地域のリソースを列挙していく。これを列挙するためには一人ではできません。やはりブレイン・ストーミング的な所で、皆で智慧を出し合ってやることが必要になります。その状況の中で、何をどうしたいかということが出てきた場合、単に目的とか目標を羅列すればいいというものではなく、その中で序列、あるいは階層、因果関係を認識する必要があります。

まちづくりを例にして考えると、やはり目標は地域の活性化だろう、そのためには中心市街地の活性化、さらにそのためには商店街の活性化。つまり下から上に段々、エリアが広がってきます。つまり目的が階層化しているわけ

です。もう一つ、観光振興の例を考えると、目的の中の目標、あるいはもう一つ下の目的として、街並みの保存や修景ということになります。この場合は目的と手段のような関係になりますが、実は目的が階層構造になっているということになります。

1) 現状・状況認識のベクトル: b

■ 地域資源の分布状況の列挙

(肯定的要素ベクトル)

例:

- 人材(人的資本)の分布状況
- 観光資源の分布状況
- 自然環境資源の状況(インフラ)
- 社会環境資源の状況(インフラ)
- 民間資本の状況
- 広域的連携可能性

5

2) 目的・目標のベクトル

a) 目的の階層化

・まちづくり

地域の活性化

中心市街地の活性化

商店街の活性化

・観光振興、促進

街並み保存・修景

・バリアフリー

公共交通

6

結局、目的と目標を明確化しておかないといけないということです。アウトプットとアウトカムの違いを明確にしておくというのと同じことです。商店街の活性化という目的があれば、その具体的な目標として、通行者、売上高、あるいは空き店舗率をよくしていくということになります。そして、それを前提条件として目標を掲げると、こういった手法でやっていくか、例えば今回のような地域通貨という手法ですが、その答えを探っていく。それで、チャレンジ・ショップを考える。さらにその手段として、地域通貨、あるいはチャレンジ・ショップを運営する中でITを活用する、また学生パワーを活用する。下にも同じものがありますが、地域資源を活用するということもあります。

そこで、簡単なフローチャートを作ってみました。一番左側のラージYが目的で、商店街の活性化ということがあります。その階層の構造の中で小文字の目標、yがありまして、例えば売上高の増加、あるいは人通りの回復、知名度のアップなど、沢山のものが出てくると思います。これが左辺になります。

では右辺はどうかといいますと、小文字のaとbと二つに分けております。

まず状況としては、まず買い物客が減少しているという状況aがあります。そして空き店舗が増加するという状況b₁、売上高が減少するという状況b₂、そして閉店時間が早いという状況b₃があり、それらすべてが大元は、買い物客が減少していることに起因している、それでネガティブなフィード・バックが出ているということになります。

それでは、Xをどうするかというのは、まあ簡単に言えば方程式の逆行列をかけて解く

2) 目的・目標のベクトル

b) 目標の明確化

目的: 商店街の活性化

目標: 通行者数、売上高、空き店舗率

目的: 観光振興

目標: 観光客数、観光消費額

7

3) 方程式の解: 手段と手法

手法

チャレンジショップ

地域通貨

手段

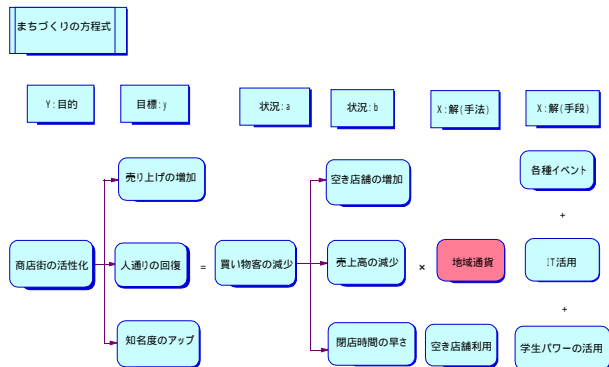
IT活用

学生パワー活用

空き店舗活用

地域資源活用

8



9

ということになりますが、地域通貨という赤いところが今回の答えになっているわけです。そしてその手段として、各種イベント、ITの活用、学生パワーの活用ということになっています。そういった方程式という一つ概念を作ってまちづくりを考えていく。これは、公共交通の問題や、街並みの修景の問題など、色々なところに適用することができると思います。

以上が「まちづくりと地域通貨」の説明ですが、もう一点、若干重複いたしますが、先程の表町地域通貨研究会についてコメントします。

この地域通貨への取組みは、これは四角形の構造になっております。つまり今回の場合は、大学と市民のボランティアの方々、そして表町商店街の有志の方、そして日本政策投資銀行の岡山事務所、こういった四角形で、ダイヤモンド型になっております。

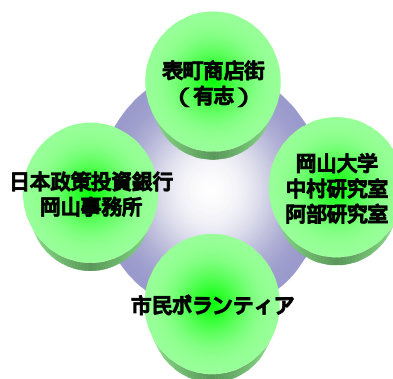
次に経緯です。皆様のお手元に、「サーフィスを持って表町に行こう」というレジメが数ページほどあり、その中にも少し書いてありますが、実はそこには一つありまして、2001年の10月に私の研究室のゼミで地域通貨について半年ほど勉強したということが、そもそも我々が関与するきっかけになっております。そして昨年の5月の連休明けでしたか、岡山電気軌道の低床式電車の導入をきっかけに、表町入り口で「プラットフォーム・モモ」というまちづくりのアンテナショップのようなものを開くのだが、ここで地域通貨を考えてみたい、という話を市民のボランティアの方々と政策投資銀行の方が、私のほうにもちかけてこられまして、それで、勉強会がスタートしたということです。

2. 表町地域通貨研究会

- 研究会の構成
- 研究会の経緯

10

表町地域通貨研究会



11

- 2001/10 中村研究室で地域通貨について勉強
- 2002/05 MOMO企画をきっかけに、市民ボランティア、中村研究室、政策投資銀行岡山事務所による地域通貨の勉強会がスタート
- 2002/7-8 MOMOにおいて地域通貨のアンケートを実施
- 2002/09 高知商工会議所に地域通貨、まちづくり等に関してヒアリング(8名)
- 2002/11 表町商店街(有志)に対し、アンケート調査の結果を報告し、商店街で地域通貨事業を社会実験として行うことを提案。合意が形成される。
「表町地域通貨研究会」が発足
- 2003/01 岡大環境理工学部阿部研究室も参加

12

地域通貨で、一番大事なポイント、長続きしない理由はどこにあるのかということを見ると、その最大のものはやはり、地域通貨の価値を、お互いきちっと認識しておかないといけない、ということです。相対でやると、これは湯布院がそうなのですが、なかなか価値が決まらない。

経済学ではこういった場合には、あるサービスに対して幾ら支払ってもよいかという、Willingness to Pay という概念があります。例えば我々が、一生懸命仕事をしてのどが渴いていて、ビールを飲みたい時だったら、ビール1本に1000円出しても飲みたいと思いますが、それが2本目になると500円でいいということになります。まあ、段々価値が小さくなっていくのが普通ですが。反対に、幾らだったらそのサービスを提供してもいいかという概念もあります。

そのサービスを受けるために幾らまで支払ってもいいか、逆に、受け取ったらそのサービスを提供しても良いか、それを「プラットフォーム・モモ」を舞台にアンケートの中で直接、または間接に、聞くようにしました。そのようにして、需要する価格と供給する価格の接点をその中で探っていこうというアンケートをやった結果、今回の400サーフィスというのが、ボランティア活動の1時間あたりの価値であるという結果が出てきたわけです。

その後、私のゼミの学生が色々、ネットで調べて、実は高知のほうで先進的な取り組みがなされているということで、この後でご説明をいただく、高知商工会議所の今城さんのほうに、我々八名でヒアリングに訪れました。そして、色々なお話を伺って、問題意識を高めて帰ってきたというのが9月です。

そして11月に、実際に地域通貨を発行していこうということになってまいりました。そこで、我々が行ったアンケート結果を表町商店街連盟の理事の方々にご報告しました。この時に市民ボランティアのネットワークが有効に活用したということは言うまでもありません。そういった中で、商店街で地域通貨事業を社会実験として行ってみてはどうかということを提案した結果、若干の紆余曲折はありましたが、合意が形成され、そして今日に至っております。そして昨年末、12月25日ですが、表町商店街の年末の飾りつけから正月用の飾りつけへ付け替えるというイベントを私共の研究室と環境理工学部の学生、あるいは他の学生の方と一緒に、それをボランティアとして手伝い、地域通貨との引換券を受け取ったということになります。その時から環境理工学部の阿部先生の研究室も参加していただいております。そういった経緯で今日に至っている次第です。

私の方からのお話はこういう感じですが、ここで今城さんのプレゼンに移る前に、商店街における地域通貨への取り組みに関して、商店街のおかみさん会としてはどのように受け止められているか、あるいはそれについての期待とか、あるいは若干、不安もあつたと思いますので、そのへんをおかみさん会会長の高田さんのほうから、少しお話していただき、それからパネラーの方にお話をいただきたいと思います。

高田

表町おかみさん会の高田です。よろしくお願いたします。平成11年度に表町おかみさん会を立ち上げて、以来、表町を活性化するためのいろいろな企画を考えてきました。表町商店街も御多分にもれず、人の通行量が10年前の二分の一から三分の一に落ちておりまして、当然に売上も伸びていません。お客様と商店街の間で何か手を打たなければいけないということで、個人的には、商売の原点ともいべき物々交換、先程布施さんからご説明がありましたように、そういう風なものの原点に戻って、もう一度、考え直さなくてはならないと考えておりました。お金が自分達の地域の中だけで流通するシステムとか、そういう様なもの考えることができないだろうか、という風に思っておりました時の、ひとつのエピソードを紹介させていただきます。

おかみさん会で昨年コスモスで有名な、北房町の方から取り寄せたコスモスを商店街の中に飾ったところ、お客様や通行人の方に大変喜んでいただき、それを見た方から本当にきれいだと思った方々から北房の方に沢山のコスモスの注文がいったそうです。北房の方からは、「コスモスで村おこしが出来るとは思わなかった」と言われたくらい、それはそれは多くの多くの注文がいったらしいのです。そうしたら、北房の方が、「今年も飾るんだったら、コスモスを植えてあげましょう」ということで、一反の畑全部に植えていただいたのです。咲くのが多少遅くて、今年はあまりよいものを見ていただくことができなかったのですが、私達が刈り取りに行き、とにかく今年も飾ることができました。それで、コスモスを寄付して下さったお礼として、商店街で北房の地域物産を売ろうということになりまして、私達は労力の提供をしたのですが、これがもの見事にあって、北房の人が出したものが全部売れてしまいました。物々交換ではありませんが、サービスを交換しあうことでお互いが色々な意味で利益を得ることができた、そんな例ではないでしょうか。

そんなことを考えていた時に、岡山大学や政策投資銀行の方達が地域通貨について研究しているということを聞きました。そのグループには地元のボランティアの人なども加わっていて、「できることなら単に勉強するだけでなく、実際に地域通貨を発行してみたい、一緒に考えていかないか」と言われまして、これはすばらしい企画だということで、私達も仲間に入れていただきました。昨年11月のことですが、以来週1回、ずっと会合を重ねてまいりまして、どのようにしたら地域通貨を商店街に理解していただけるのかとか、商店街が受け入れ易くするために地域通貨の発行ルールをどのようにしたらよいのか、といったあたりが議論の中心です。学生の方や中村先生、政策投資銀行や市や県の方、そして沢山のボランティアの方達が各地の事例を調べてくれたり、いろいろな意見を出して下さる中で、とにかく表町商店街らしさが出せる地域通貨事業を私も一生懸命考えているところです。

それで、たまたまこの3月1日に、表町おかみさん会と商店街連盟が一緒になって「十二単による雑祭り結婚式」というイベントを計画していたので、それに合わせて地域通貨の

発行実験もできないかと考えたわけです。地域通貨の名称や図柄、発行ルールをどうするかとか、広告宣伝はどうしたらよいかとか、そもそもどれくらいのお店が参加してくれるだろうかとか、本当に色々な心配がありました。でも、皆さんの協力と理解がいただいた結果、今現在、80店舗が参加してくれるところまでできています。

地域通貨の名称は、中村先生のご発案で「サーフィス」ということに決まりました。英語で表町の表を意味するサーフィスと、サービスを引っ掛けたものです。また、学生さんが実施したアンケート調査で、ボランティア活動1時間あたりの金銭対価はどのくらいが妥当かということを知ってもらったところ、大体400円前後という線が出たのだそうです。それならということで、1時間のボランティア活動に対して400サーフィス、1サーフィスは1円という価値基準を設定してみました。地域通貨や加盟店の店頭に掲げるフラッグのデザインも研究会のメンバーであるデザイナーの方が考えて下さいました。さらに、地域通貨の使えるお店や受けられるサービスの内容を記したマップを作ろうとか、メンバーの方からは本当に次から次へとすばらしいアイデアを出していただいています。私たち商店だけでは出てこないアイデアです。産学官とかそのようなお話しが出ていたのですが、研究会のようなさまざまな人の交流によって生まれるパワーはとても素晴らしいと思っています。まだまだスタートラインについたところで、商店街も十分に理解できていないお店もあるかと思いますが、これから頑張っていきたいということですので、皆さまどうぞご協力のほど、よろしくお願いいたします。

中村

どうもありがとうございました。

高田さんのお隣は高知商工会議所の指導員の今城さんですが、我々が地域通貨を考える時に、最も参考にしたのが高知の菜園場商店街の「エンバサ」という地域通貨でございます。今城さんは「エンバサ」だけでなく、はりまや橋商店街に対しても、地元の高校生と連携した「エコメディア」という別の地域通貨を仕掛けたり、あるいは地元女子大生で組織する商店街のボランティアチーム「エスコーターズ」のリーダー役を買って出たり、色々な企画を実践されている方です。ご自身の体験を中心に、やってみて良かったこともあれば、課題もあると思いますので、15分から20分程度、お話をいただいて、それから、それについての質疑応答という感じでいきたいと思います。

今城

高知商工会議所の今城と申します。私は高知商工会議所の職員ですが、階級的にはヒラでして、こういう所でお話させていただくの非常にありがたく思っております。では、パワーポイントのほう、ご覧いただきながら、ご説明したいと思います。

私は商工会議所に入って11年目で、商店街の担当をさせてもらって10年になります。当初、商店街でいかに物売るかということを一生涯懸命考えていました、1995年から99年度まで約4年間、私が台本を書いて、商店街の人がその台本に沿ってお店を一軒一軒、インタビューをして回るというようなドラマ形式の番組を、ケーブルテレビで作っていました。それで、いかに商店街に来てもら

うか、ということを考えていたのですが、その中で、どうもこれからの商店街というのは物売るだけでは弱いのではないかと、ということに気がつきました。そこで、例えば環境のことを考えようとか、色々勉強をしていく中で、地域通貨というものに出会いまして、これをなんとかしたいなということで、商店街の幹部や上司などに話したのですが、ほとんど相手にされない状態が1年くらい続きました。その後、粘り強く取り組んで、高知の地域通貨を全国に発信できるようになったわけですし、こうやってお話できることを大変、嬉しく思っています。

一緒に勉強会をしていたメンバーで、菜園場商店街というところがあります。これは高知市の中心部からちょっと離れた、どちらかというと近隣型の商店街ですが、中心市街地活性化法での中心市街地のエリアに入っていますので、商工会議所のTMOという事業の一環として支援をしています。菜園場商店街はすぐ近くに市場があった関係で、その場外的な意味合いで非常に賑わっていました。それは昭和30年代の後半から40年代の初めぐらいの話ですが、その後、市場が移転するのに伴って、徐々に衰退してきました。

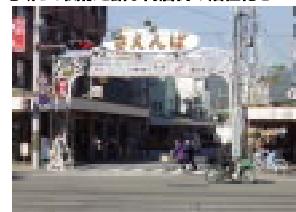
写真にあるアーケード、これは今、もうないです。新しいアーケードに作り変えています。普通は、アーケードを建て替えるというと、ハード整備ばかりに関心があって、その後のソフト事業というのは疎かになってしまいます。ところが菜園場商店街でアーケードのリニューアルだけでは関心も引き寄せられないということで、なに

高知での地域通貨の実験について エンバサとエコメディア

 こうちTMO
高知商工会議所 今城逸雄

菜園場商店街の『エンバサ』

- 背景
菜園場商店街振興組合は高知市の東の台所と呼ばれ庶民に親しまれてきたが、近年は衰退が著しい
個店の活性化と、老朽化したアーケードの架け替えが課題
組合員数 約50店舗
- 目的
商店街と顧客との関係のみならず、地域との関係を結び商店街の活性化を図ること
高知商工会議所が中心市街地活性化のためのTMO事業として支援
- 実施期間
第1次実験2000年8月～12月
第2次実験2001年8月～12月



か話題づくり、商店街の人も元気になってもらおうということで、地域通貨の取り組みが始まったのです。

最初の実験が2000年の8月から12月、2回目が2001年の8月から12月です。8月に始めたということは、菜園場商店街が「よさこい祭り」のチームを運営していることと関係しています。近隣型の商店街でそれを運営するのは財政的にも人的にも大変なのですが、菜園場商店街には古くから踊り子として参加するなど、「よさこい祭り」のサポートをしている方が沢山いらっしゃるため、その人達の力があるからなんとかやっていますというのがあります。地域通貨を発行するにあたり、最初に考えたのが、その人達に対する御礼の気持ちを表せないかな、ということです。

ご覧のようにこのような紙幣形式です。実際、こんなものなんです。「エンバサ」という名称は、菜園場のことを学生さんが「エンバサ」ともじって言っているのを商店街の理事長さん、女性の理事長さんですが、聞いて、ぜひ使いたいということになったことからきています。

紙幣の単位は最初、100エンバサでした。100ではなく1でも良かったのですが、1だと少ないような気もするし、1000とか10000という大仰な感じがするので、100ぐらいが丁度良いのではないかとということで、あまり意味はありません。1回目は100エンバサだけ、2回目は50エンバサも発行しました。

1回目は価値の基準は設けていませんでした。というのは、法人の商店街の組合で地域通貨を発行している所は恐らく、高知が最初だったと思いますが、先程、地域通貨入門の中でもいろいろお話があったように、法律の問題がありまして、下手なことをするとお縄になってしまうのではないかとということで、逃げ道を幾つか用意しながら始めたわけです。

2年目は、先程中村先生のお話でも出ていましたが、価値の基準がないとよくわからないということがあり、大体100エンバサは100円ぐらいということにしました。そうすると、100円以下のものを買うときはどうするのかということが問題になり、50エンバサを作ったのです。

また、使う時に合言葉「ビバツ！」と言おうということにしました。これは、商店街というのは沈黙の買い物ではなく、お客さんと交流して、声をかけて買い物する場所にしたい、ということです。しかしこれは仲々、恥ずかしくて言ってくれないですが。

「エンバサ」の使い方としては、菜園場商店街のアーケード建て替えにあたってワークシ



ヨップを開いたり、どうも潤いが無いので花でも植えようとか、そういうイベントの際に、手伝ってくれた方、参加された方に御礼の気持ちということで渡しています。

お店のほうから提供できることとしては、やはり割引とか、粗品の進呈ということが多いです。お店がしてほしいことは掃除などが多くなっています。店頭で、こういう形でご利用になれますということは貼り出しています。

もう一つ、ご紹介したいのが、はりまや橋商店街です。

菜園場商店街から歩いて3分くらいの所で、中心商店街のちょっと外れの所です。その商店街と高知商業高校の学生と一緒にやってる「エコメディア」という地域通貨も、商工会議所が支援しています。

はりまや橋商店街は全国初の木造アーケードということで売り出しているのですが、もう一つ、高知商業高校は10年くらい前から、ラオスの学校建設を支援していて、すでに5校目が建っています。学校を建てるにあたって、お金をどう工面するかということですが、株式会社みたいなものを模倣的に作って、まず、出資金を集めています。1株500円で、配当が10円とか、20円とかあるのです。その出資していただいたお金を持って、ラオスに行って、現地の物を買ってきて、イベントの会場とか、デパートの催事場で販売して、その利益で学校を作るということも、もう10年くらい続けています。非常に先進的だということで、ここの学生さんは、外務省から依頼を受けて講演会活動に回ったりもしています。

そういう学生さんがラオスの物を買ったりしているうちに、お客さんから、「ラオスのこ

エンバサの使われ方

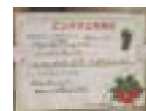
■エンバサに参加するには
商店街が実施するイベントやワークショップなど活性化へ向け取組みに参加
名前・連絡先を登録（登録者約100人）

■エンバサを稼ぐには
商店街のイベント等への協力
個店のしてほしいことへの協力

■エンバサを使うには
エンバサ参加商店が提示する割引サービス
や商品と交換



エンバサリスト



商店名	店から提供できること	店がしてほしいこと
浜口海産物店	2000円以上のお買い上げで 100エンバサ引き	テントの掃除 700エンバサ
ホットゾーン共栄	1980円以上お買い上げで 10%までエンバサ使えます	包装紙・袋不要のお客様 50エンバサ
さえんばニュー山重	通常店頭価格2000円以上お 買い上げで10%までエンバサ	日曜日の花の水やり 100エンバサ
中村うなぎ店	お買い上げ1000円まで エンバサ使えます	バイクの洗車 500エンバサ
池田寝具店	500円以上お買い上げで 10%までエンバサ使えます	お客さん紹介 300エンバサ
菜園場書店	100エンバサで ガムボール5個	本のハタキかけ 100エンバサ

はりまや橋商店街と高知商業高校の『エコメディア優』

■導入の背景

はりまや橋商店街振興組合は中心市街地の重心移動により、来街者が減少、全国初の木造アーケードを核に定期的な市の開催などで活性化を図る

高知商業高等学校生徒会は類似株式会社を設立し、ラオス製品の輸入販売で得た利益や募金等で、ラオスの小学校建設を支援している

地域商賈との連携を図るため2000年9月「はりまやストリートフェスティバル」をはりまや橋商店街と共催

商店・商店街と生徒との交流が不十分であったことが反省として残る



とと併せてもっと地元のことを考えないといけないのではないか」ということを言われたのだそうです。2000年の9月、はりまや橋商店街でストリートフェスティバルというイベントを2日間やった際に、200万円くらいの売上があって、良かった、良かったのですが、どうも気がついてみると、商店街の方とのふれあいが少なかった。学生は道の真ん中でいろいろできてよかったのですが、それだけで良かったのかな？ということが反省として残ったということです。その関係でできた地域通貨が「エコメディア」です。

これは、反省に基づいて生徒と商店の人が交流できたらなあ、というのと、学校の中でも生徒同志とか、先生と生徒の交流があまりなかったりするようで、そういう交流が図れないかということで考えたようです。マネーと言わず、間をつなぐ媒体でありたいということからメディアという風に呼んでいます。

単位を「優」、優しいという意味で命名しています。これは、はりまや橋商店街のコンセプトが「和」とか「なごみ」であって、高知商業高校の生徒さんがラオスに行った際に、現地の人と触れ合う中で感じた「優しい」という気持ちを表したい、ということです。

最初の実験を、2001年7月の商店街のイベント時の手伝いから始めまして、11月23日の高校の文化祭まで使えるということにしました。

こちらは通帳形式です。会則もありますが、学生さんがほとんど自分達で考えました。私もあらかじめ最初に教えたのですが、あとは自分達で調べて作りました。今回は15分間のサービスに対して、15優というのを基本にしています。お店の手伝いをしたら優のポイントをもらって、それを持ってお店に行くと、なにか割引だとか、歯医者さんの場合はキシリトールのガムくれたりとか、そのようなことができます。学校の中でも、勉強を教え合ったりやりとりしたりということをやっています。

エコメディア「優」

- 目的
生徒と商店・商店街、学校内での生徒・先生の交流を図ること
マネーではなく心と心をつなぐ“メディア”
はりまや橋商店街のコンセプト「和」「なごみ」と、高知商業高校のラオスを支援
する気持ちを表すものとして単位を「優」とする
高知商工会議所が中心市街地活性化のためのTMO事業として支援

- 実施期間
2001年7月14日(土曜夜市)
～11月23日(文化祭)



エコメディア

- 形態
通帳式 学校と商店街の共同事業
使用日、受けたサービス、加減したポイントを記入
互いの通帳にサイン
15分間のサービス=15優



エコメディアの使い方

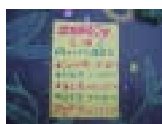
- エコメディアの参加対象者
はりまや橋商店街とその関係者 約50人
高知商業高校の生徒、教諭、OB、PTA 約1000人
(ラオス支援会社の株主と重なる)
- エコメディアのポイントを手に入れるには、何らかのサービスを提供
生徒は商店の掃除、商店街のイベントの手伝いなど
商店は割引や粗品サービスなどを提供
生徒、先生、生徒間で得意なことを教えあう



参加者は、学校の生徒や商店街の方が中心で、1000人は超えています。学校の中でも、色々、優交換会、エコメディア交換会というのをやっています、かなり盛況のようです。最終的には文化祭の模擬店でも使えることにして、ここで適用期間を締めることになっています。

エコメディアの使われ方

- エコメディアを使うには
商店街内のエコメディア加盟店で使う
校内でも優交換会を2回実施
先生から生徒へのギター教室、生徒から先生へのパソコン教室などを行う
実験最終日の文化祭には模擬店などで使用可



エコメディア商店街リスト



商店名	店から提供できること	優	店がして欲しいこと
青柳	青柳のポイントカードのスタンプを2倍	10	イベントの手伝い
サンクサンク	10%引き (セール品対象外)	100	商店街と公園の掃除
満洲園科	虫歯予防キャンディ	50	入口階段の掃除 公園の掃除
天成堂	お買い上げ時にお菓子プレゼント	10	呼びこみ、店の手伝い
ミネヤ洋装店	話し相手 (椅子も準備する)	10	掃除
パッパガロ	食後のコーヒー	50	窓拭き

商店街での交換については、割引中心で菜園場とあまり変わらない状況です。

去年、2002年に2回目の実験をしまして、その時の名称はエコメディア「TAM」。「TAM」というのは「優しさの集合体」という意味だそうです。

今度はもっと小さくして、カード型で財布に入りやすいようにしました。10分間を基準にして、10TAMと交換しようということでやっています。

実際にやってみてどんな具合だったかということですが、まず、実際に使われた方は、ボランティアというのは無償のものという認識があり、地域通貨であっても貰うのが悪いと思う方もいらっしゃるようです。また、さきほどの地域通貨入門でもありましたが、地域通貨は、誰でも、いつでも、何にでも使えるものではないので、使い勝手が悪いということもあります。だから、使うという強い意志を持たないと、勝手にはなかなか流通しないものです。

3月1日に表町でイベントをやられる際には、地域通貨を使うためのきっかけ作り、交換の場が必要ではないかと思います。信頼の輪と言っても、やはり限界があるわけで、慣れ

エコメディア「TAM」

TAM = Tender Assemble Material「優しさの集合体」

■期間 2002年7月26日～11月23日(文化祭)

商店街での流通は9月15日まで(はりまやストリートフェスティバル)

■変更点

10分 = 10TAM

通帳型 カード型



課題

- ボランティアは無償なものというイメージからの抵抗感
- 地域通貨は誰でも、いつでも、何にでも受け入れないので使い勝手が悪い
- 使うという強い意志を持たなければ流通しない
- 使用するための切っ掛けづくり、交換の場が必要(信頼の輪の限界)
- 運営管理者・コーディネーターの役割が重要
主にNPOなど市民団体が運営 商工会議所・商工会が担うことも

エンバサ第1次実験利用回数

5回利用 1 4回利用 31 3回利用 99

2回; 229(内エンバサまつりの利用分; 58)

商店及び商店街内で集計した利用回数

最初に組合から渡した際に1回組合が利用したものととしてカウント

そのため1回利用のものは、一覧登録者の手元にある

印刷枚数; 2000枚 実験終了時の未使用エンバサ; 225枚



るまでは交換の場を設定したほうがいいと思います。そのためには、運営者やコーディネーターの役割が大変重要になりまして、全国的にはNPOなどの市民団体が運営参加する例があるようで、経済的な面を考えると商工会議所や商工会が担うことも必要なようです。

次に、特に商店、商店街でやる場合の課題ですが、やはりお店は「売ってなんぼ」で生活しているので、地域通貨をやってなんぼ儲かるかということに考えがいつてしまうことがあります。それで、価値の裏づけがないと、地域通貨を買っても、最後にどうなるのかを考えると、「よく分からないものを買いたくない」というようなことになりがちです。また、とにかく面倒臭いとか、商店主間で隣の店で使うのは悪いなということもあります。

それから一番問題になるのが、帳簿上の処理です。消費税をどうするかと問合せを受けて、税務署に聞きに行きました。が、先方もよく分からない、調査します、そんな状況です。ただ、地域通貨があろうとなかろうと、割引という商習慣はありますし、なにか粗品やサンプルをあげるということもありますので、そういう扱いか、と思っています。

最後に、成果と展望です。今日もこんなに沢山、報道の方が来て、皆さんが沢山、集まっているのを見ると、「地域通貨というのは何かわかんないけれど、何かありそうだな」という関心が非常に高いということです。エンバサの場合も、特に宣伝もしていないですが、すぐに広がりました。こういったことをきっかけに、交流の輪が広がっていく、それは確実にいえる成果だと思います。

学生の動きを見てみると、大人に比べて、非常に使うこと自体を楽しんでやっけていて、新しい価値観を受け入れる素地が豊だなと感じます。また、行政からのお仕着せでなく、市民がやろうという自立した運動になっている。

これからの地域通貨は、色々と問題あ

課題

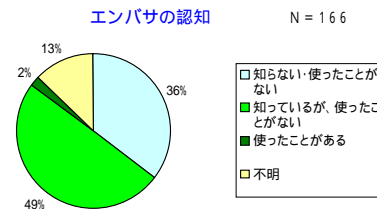
商店・商店街の場合

- どうしてもお金・円を連想し直接的な売上や損得を考えてしまう
- 価値の裏づけがないと「最後にババを引いてしまう」と積極的に受け入れない
- 店どうしでは申し訳なく使えない
- 帳簿上の処理
- めんどくさい

当面は現金と交換できる方式が理解を得やすいのではないが

成果と展望

- 急速な地域通貨への関心の高まり

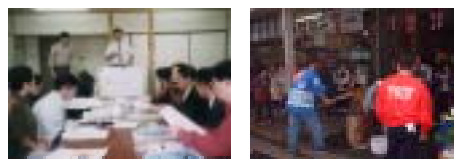


高知短期大学専攻科「地域政策ゼミ」

2000年12月菜園場商店街近隣住民へのアンケート調査

成果と展望

- 急速な地域通貨への関心の高まり
- 地域通貨をきっかけとした交流の輪の広がり
- 大人に比べ、地域通貨の新しい価値観を楽しんで使おうとする生徒
- 行政からでなく、住民からの運動
 - 地域経済、コミュニティの再生、環境、福祉といった課題に対し熱意を持って取り組む市民の姿
 - 持続可能な社会のための市民ツールに



る社会ではありますが、持続可能な社会としてやっていく為に、まちづくりに若い人の新風を呼び込む、市民同志をつなぐ一つのツールとしては有効なのかな、と感じておりまして、これからもやっていきたいと思っています。

中村

どうもありがとうございました。菜園場商店街の事例と、はりまや橋商店街での TAM や優の事例と、二つの取り組みを説明していただきました。ここまで布施さんの入門の話、私の話、それから高田さんからのサーフィスの紹介、それで今、今城さんの取り組みについて、話がありました。ここで10分か15分程度、皆さんとの質疑応答の時間にしたいと思います。どんな些細なことでも結構ですので、今城さんのプレゼンを中心に、ご質問があれば、挙手をしていただきたいと思います。こちらの方からスタッフがマイクを持って参ります。高田さん、なにか今城さんに質問ありますか。

高田

表町おかみさん会で雛祭りのイベント企画をするだけでもなかなか大変でした。それに地域通貨の企画を結びつけてというのは、ボランティアの動員とか、そもそもの地域通貨の運営主体をどうするか、おかみさん会単独ではとても無理で、今回はいろいろな関係の方と連携が取れたからできたわけです。高知ではそのあたりについて、どのような仕組みで動かされているのでしょうか。

今城

地域通貨の対象は、例えば一つの商店街を舞台にする場合でも、参加者の一方の主体は一般市民ということになりますので、対象を広く考えすぎると収拾がつかなくなるという側面もあります。やはり、地域通貨というのは特定の輪の中で循環するものであって、特定の輪をどこに設定するかということが重要だと思います。菜園場商店街の場合は、関係者はとにかく菜園場で地域通貨を使ってみようという方であって、別に高知市民でなくてもいいわけです。隣町の人だったりすると、連絡を取るのも大変です。そういう意味での難しさがありました。

もう一つのはりまや橋商店街は、商店街の人達と、高知商業高校の学生さん、その中でも特に生徒会の学生さんが中心ということで、ある程度、主体が明確です。だから、イベントの際のボランティアなどもお願いしやすい。

地域通貨をやるという時、参加者を募ったり、その連絡をどうするかが問題で、間をつなぐコーディネーターの存在がひとつのポイントかもしれません。いわゆる顔の広い人といえますか、まちづくりや福祉関係に熱心に取り組む方々と様々なネットワークを持っている人を押さえておいて、イベント時の協力の呼びかけなどはその人を中心にやってもらう、そういったことです。協力依頼する相手が興味を持つようなイベントを企画してあげ

るとか、そんな心配りも大切ですね。急にやろうといっても難しいかもしれませんが。

質問者（男性）

長船町商工会の青山と申します。はりまや橋の事例で、学生の方の参加が多かったということですが、商店街の方との連携といったあたりも上手くいっているのでしょうか。

今城

最初、高校生がはりまや橋商店街でイベントをしたいと言ってきた時に、高校生がやるのではなにか文化祭の延長のようだなということで、商店街の方も、あまり気乗りがせず、とにかく企画書くらい書いてきなさいと言ったようです。そうしたら、驚くほど立派なぶ厚い企画書を書いてきて、今度は商店街の理事長さん達が、「よろしく願います」と頭を下げたということです。

地域通貨のことも含めて、今のはりまや橋商店街は、高知商業高校の学生抜きでは語れないという感じになっていまして、TMOの方でも学生を積極的に支援しています。具体的には、高知商業高校の方からは、ラオスの物品を扱う常設店を持ちたいという希望がありましたので、TMOではその家賃を補助しました。店は去年11月から本年1月までオープンして、300万円ぐらいの売上が出まして、販わいの創出にはかなりの貢献がありました。はりまや橋商店街は、アーケードを建て替える前は「中種商店街」という名前で、元々は土佐湾の方に通じる船着場があったようなところで、戦前は一番賑わった商店街でした。今は非常に人通りが少なくなって、どちらかという、高齢者向けの商店街になっていまして、そういう中で十代の若い彼らがやっていることは、商店街の方にも非常なエネルギーを与えていまして、商店街の事業自体に高知商業高校の活動が組み込まれるという状況になっています。

質問者（女性）

斉藤と申します。「サーフィスを持って表町に行こう」ということですが、このサーフィスを手に入れるには、来月1日の表町のイベントに参加しないといけないのでしょうか。それ以外に手に入れる手段があるようでしたら教えてください。

高田

実は今までに二回、サーフィスの引換券という形でボランティアの方にお渡しする機会を設けています。初回は、12月の末に商店街の新年の飾りつけを手伝っていただいた時、二回目は2月22日でしたが、商店街周辺で落書き消しのイベントを行いまして、その時に集まっていたボランティアの方にお渡ししています。3月1日の表町雛祭り人前結婚式では、50人から100人ぐらいのボランティアに手伝っていただきたいのですが、これを地域通貨イベントの方でも本番にしたいと考えています。

ご質問の、3月1日以降はどうしたら手に入れられるのかということですが、できるだけ3月中に、あと2～3の企画を考えていきたいと思っています。まだまだ本当に取り組んだばかりなのではっきりしていませんが、このフォーラムの後も、研究会メンバーで会合を重ねながら、皆さんに色々な参加の機会を提供できればと思っています。

それから、今回は取り敢えず3月一杯の実験ということですが、今後、地域通貨をどのように続けていくかというのが大きな問題です。実は、今までに、表町おかみさん会で七夕とか、クリスマスの飾りつけにデイ・ケアの方たちを招待したことがあるのですが、皆さんにとっても喜んでいただけました。本当に涙を流しながら、「5年ぶり、6年ぶりに表町に来ました」などとおっしゃって、本当に手を握って離さなかったおばあちゃんもいました。これをもっともっと、なんとかいい形で進めていけないだろうか、そういう企画を手伝っていただくボランティアの方たちに地域通貨を出すとか、そうしたことを考え始めているところです。

中村

サーフィスについては、先般、市役所の記者クラブで全マスコミの方に説明を申し上げて、ほとんどのテレビと新聞で取り上げていただいたのですが、それでも知らない方は多いので、7時のNHKのニュースか、新聞でもやはり一面にでも載せてもらわないと無理かな、という気もしています。とにかく、根気強くやっていくということでしょう。それと今城さんのお話の場合は、かなり地域や関係者が限定されているわけですが、今回は基本的には限定はせず、むしろ表町に対して関心のある人、というある意味、参加者は誰でもいいわけですので、そういった意味で広く、浅くというところを考えています。

イベントについても、今、私が個人的に考えているのは、イベント提案のコンペのようなことを行ってはどうかということです。表町の方でそれを審査して、面白い企画には地域通貨を出す。そうした遊び心を大切にして、イベントを継続していったらどうかということです。落書きを消すとか、自転車を整理するとか、あるいは清掃をするとか、そういったことは誰でも思いつきますが、コンペなどをやれば、意外なアイデアが出てくるかもしれません。

今回でも、サーフィスをお店に持ち込むと、商品が割引になったり、無料になったり、プラスのなにかがもらえたり、特別なサービスが受けられたりと、色々なメニューが用意されています。例えば化粧品屋さんに行ったら、その試供品がもらえとか、或いはノウハウ、眉毛の切り方、そり落とし方とかを教えてもらえるとか、そういったアイデアは実は、私のゼミの学生に考えてもらって、それを提案型で研究会に出したことがきっかけとなっていますので、やはり、幅広く、色々な意見を聞くということは、非常に大事なことで感じています。

質問者（男性）

岡山大学の学生で鮫島と申します。今城さんに質問ですが、個々の商店が独自に交換出来るサービスを設定すると、やはり地域通貨が持ち込まれる商店とそうでない商店という偏りが生じてしまうと思うのですが、そのあたりについては、どのようにお考えでしょうか。

今城

やはりお店によって、地域通貨を積極的に利用しようという気持ちのお店と、なんとなく皆がやるからやろうかというくらいのお店では、提供する物やサービスの魅力が、全く違うと思います。そういった意味で、ある程度偏りが出てしまうことは仕方ないことではないでしょうか。

商店街で行う場合に一番問題になるのは、お店に地域通貨が貯まっても使う先があまりないということです。例えば、掃除をして下さいと言っても、全く見ず知らずの人にはなかなか頼みにくい、その人がどういう人かよく分からないのに、突然、来て、「お宅のお店の窓を拭きましょうか」と言われても、困りますよね。お店に貯まったものをどうするかということは、言う程に易しくはないということです。だから、さきほどもお話に出ていましたが、商店街が買い取るというのは良いアイデアだと思います。なかなか、そのあたりが難しい、悩ましいところではありますね。

中村

幾つか課題も出てきたようですが、質問はこの後、またお受けするというにしたいと思います。それでは、渋谷のアースデイマナーのプロジェクトに実際に関わっておられる日本総合研究所の嵯峨さんに、渋谷での体験を中心に、各地の地域通貨の事例も交えて、今、出てきたような課題の解決方法などがあれば、そのあたりのお話をしていただければと思います。

嵯峨

皆さん、こんにちは。午前中に東京で所用がございまして、たった今駆けつけたところでございます。本当は、今回のように地域でお話をさせていただく時は、余裕をもって現地に入って、あらかじめ街中を拝見させていただいて、地域の雰囲気というものを肌で感じた上でお話をしないと、ピントの呆けたことを言うてしまうのではないかと少し危惧はしておりますけれども、そのあたりはお許しいただくということで、よろしく願いいたします。それでは、スライドの方でご説明させていただきます。

すでに布施さんの方から、地域通貨の基礎については分かりやすくお話をいただいておりますが、私はこのスライドにある「LETS」の話から始めたいと思います。LETSとは地域交換取引システム（Local Exchange Trading Systems）のことで、1983年にカナダのバンクーバー島で始まった地域通貨の先駆けとなる仕組みです。この一見なんの変

哲もないただの三角形といいますが、Aさん、Bさん、Cさんというこれだけの図ですが、実はここに、地域通貨の一番、本質的なものが秘められていると思います。どういうことかと言いますと、一点目が、仮にこの世界にAさんとBさんという二人しかいなくて、例えば私と中村先生との間だけで地域通貨のやり取りをするということになると、二人だけ

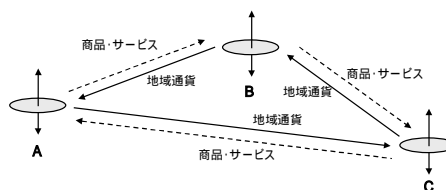
の間では、なんとなく堅苦しいというか、水臭いというか、最初は面白いかもしれませんが、すぐに飽きてしまうのではないかということです。今度、一杯、奢っていただくとか、その代わりに私が中村先生の家に行って、草取りをして差し上げるとか、そういう関係で済んでしまうわけですね。相対的、二者間の物々交換に地域通貨は敢えて必要ないのです。むしろ、三人以上の参加者がいて、異なるタイミングでサービスのやりとりがされる、そういう時こそ、この地域通貨というものが必要になってくる。それがこの三角形の図の持つ第一の意味であります。

地域通貨のもう一つのポイントは、価値の源泉は参加者一人ひとりに起因するということです。どういうことかと言いますと、日銀券は、日本銀行があって、国の法律があって、価値の基準が決まっている、非常にしっかりとしたお金です。一方、地域通貨は、参加している一人ひとりが、自分はこれができますとか、誰々さんはこういうことに貢献しますとか、どここのお店ではこういうサービスを提供しますというように、参加者が各自で出せるものを出し合う中から地域通貨の価値が決まっていくというものです。

逆に言いますと、三人だけの地域通貨であれば、三人だけの仲間通貨で終わってしまうわけですが、例えば、こちらの会場にいらっしゃる百何十人の方が、それぞれ一人、三つずつぐらい、自分はこういうことができますというのを出した瞬間に、この地域通貨の価値というのはぐっと高まる、そういう構造をしているわけです。

例えば、海外の事例で「イサカアワーズ」という地域通貨があります。1991年から、かれこれ12年ぐらい続いている地域通貨です。元々は70~80人の小さなグループで、個人が提供するインフォーマルなサービスのやりとりからスタートしたのですが、ある時その中に映画館が参加して、そ

6. 地域通貨の“原型” … LETS



「二者間における即時取引」であれば、物々交換で解決する

「三者以上の主体間における時間差取引」の際に地域通貨の必要性が生まれる

地域通貨の価値の源泉は参加者ひとりひとりに起因する

©2003, The Japan Research Institute, Limited All Rights Reserved. 6

7. 事例「イサカアワーズ」(アメリカ・ニューヨーク州イサカ市)

1. 概要

1991年から流通開始。紙幣方式を採用。通貨の単位は、HOURS(アワーズ)、1時間の労働=1HOURを基準としているが、小売店等でも利用できるよう、1HOUR=10ドル相当と定めている。

2. 仕組み

アワーズは、有志による「イサカアワーズ運営委員会」により運営されている。
 (1) アワーズでやり取りできる商品・サービスの一覧表(ディレクトリー)写真参照に、自分が提供する商品・サービスを登録すると2HOURSを発行
 (2) 店頭では、各店の定めた条件(価格の向題、利用上限等)により利用可能
 (3) その他、個人や企業に対してアワーズによるローンや、NPO団体へのアワーズによる寄付を通じて、アワーズを市中に流通させている

3. 実績 (2002年2月時点)

(1) 参加商店・企業数	470事業者 (中心市街地の商店、農家、個人事業者等)
(2) 参加者数	800~1,000人
(3) 発行総額	8,500HOURS (85,000ドル相当)

4. ポイント

紙幣をメッセージの発信媒体として活用。地域産品の消費やコミュニティ意識の醸成に一役買う。当初は約70人の小グループからスタートしたが、映画館や生協などの加入をきっかけとして徐々に拡大し、現在に至る。



(上)アワーズ紙幣、1/8HOURSから2HOURSまで計5種類ある。
 (中)アワーズディレクトリー、1500種類以上の商品・サービスがアワーズにより利用できる。
 (下)アワーズ参加店の店頭に表示された利用条件。この店では、1/2HOURS(5ドル相当)まで利用できる。

©2003, The Japan Research Institute, Limited All Rights Reserved. 7

れから生協が参加して、という形で、段々、お店も個人も分け隔てなく参加するようになっていきました。そして気がついてみると、今、約 470 の地元の商店や農家、個人事業者が参加するまでに広がっていったわけです。この「イサカアワーズ」は米ドルとの換金性はありません。しかし、使う人たちの間では、財やサービスの交換手段として普通の通貨として回っているわけです。それが地域の中である程度、通貨として使い物になるということが段々、みんなが理解してきたからこそ広がっているということです。ですから、通貨とは、人々がそれを通貨と認めるが故に通貨であるという、なにやらトートロジーのようですが、そうした代物なわけです。

ここで一つ、注目していただきたいのが、この写真の真ん中にある黄色い冊子です。イサカアワーズの「ディレクトリー」と呼ばれています。「ディレクトリー」というのは、要するに、その地域のサービスリストのことです。表紙の黄色い色にも意味があるのだそうで、アメリカのイエロー・ページ、日本でいうタウン・ページですか、職業別電話帳を真似て作られているのだそうです。これを見ると、例えば「翻訳家」などと名前があって、それで電話番号とかが載っている。それから、「パソコン教えてくれる人」と名前があって、電話番号とかが載っている。こうしたものが、そこそこの厚みを持った冊子になって、それが毎年一回、配られています。つまり、ディレクトリーは、「イサカアワーズ」で受けられるサービスのリスト、言いかえると「イサカアワーズ」を受け取るサービス提供者のリストということになりまして、まさにこのディレクトリーがこの「イサカアワーズ」という地域通貨の価値を決めている、そういうものなのです。そこで、こういった事例をもとに、今回のタイトルにさせていただいている「地域通貨を面白くする方法」を、五つほどこれから申し上げていきたいと思います。

一つ目は、「イサカアワーズ」に通じることですが、地域通貨の交換価値を高めるということです。そのためには、まず「岡山サーフィス・ページ」といったような岡山版ディレクトリーを作ってみたらいかかということです。今年は10ページだけど、来年は20ページを目指そうとか、今年は100件だけど、来年は200件を目指そうとか、具体的な数字を目標にしながら取り組んでいくと、みんなで頑張って営業しよう、みたいな乗りが出てきて面白いのではないかと思います。そしてディレクトリーに掲載される件数が増えれば増えるほど、地域通貨の価値が高まるのです。

それから、価値を高めるためには、地域通貨が使われる場を積極的に作るということですね。「イサカアワーズ」の事例でも、「地域通貨が一番よく動くところはどこですか」と聞

8. 地域通貨を面白くする方法 その

「交換価値」を高めよう

「地域通貨版タウンページ」をつくらう

「ファーマーズマーケット」など市を開こう

「メッセージボード」や「案内人」を用意しよう

©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 8

きますと、「ファーマーズ・マーケット」という答えが返ってきます。イサカの街にはコーネル大学があるのですが、実は大学が要するに、これだけ充実したディレクトリーがあっても、地域通貨がいちばんよく動くのは農家の朝市だということなのです。ところで少し余談になりますが、「ファーマーズ・マーケット」のスポンサーをしているそうなんです。買取保証をしてあげて、売れ残りの野菜などを大学が半値位で買い取る、それを食堂で使うということのようです。そうした仕掛けがあるので、地元の農家も比較的安心して市に物を出せる、ということでした。これはまったくの余談ですが大学関係の方も多いと思いましたので参考までにお話ししました。ディレクトリーがあるといっても、地域通貨が動くのは、電話で話し合っただけというよりは、やはり現場で会って、顔見知りになった上、リアルタイムかつ相対でやりとりするというのが自然な姿だと思います。リアルな場というのは、イサカのケースでは「ファーマーズ・マーケット」ですが、なにかイベントとかあるいはこういう会議でもいいと思います。とにかく、実際にみんなが顔を合わせて、地域通貨の交換、あるいは交換のきっかけが出来るような場所があるといいかなと思います。

それから商店街を中心にやっていかれようということですから、ぜひ、各お店の店頭で地域通貨をアピールできるようなメッセージボードを用意していただきたい。よくスーパーマーケットなどで、出入り口にメッセージ・ボードが貼ってあって、家庭教師やりますとか、犬探していますとか、貼ってありますよね。あれのサーフィス版、サーフィスでやり取り出来る、インフォーマルなサービスのメッセージ・ボードをお店に置いて、出来ることならお店の方はボードを置くだけではなくて、「こういうの貼ってあるけどさ、この人、本当に大丈夫な人なの？」なんてお客さんに聞かれたら、そこの店員さんが「うん、この人は私が知っているから大丈夫よ」と一言、言ってあげるとか、そういう風になっていると、その地域通貨の好感度はものすごく高まるのではないのでしょうか。全く知らない人との間で地域通貨を交換しようというのは結構、怖い。やはりそこで一言、その交換の媒介になってあげると。そんなところでうまくそのお店の人が繋ぎ役になっていただけたらいいのかな、と思います。

以上が、交換価値を高めるための色々な工夫ということでお話をしました。

その関連で、次のポイントに移りたいと思いますが、そこで2つほど事例をご紹介しますと思います。

石川県金沢市に「もろみ」という地域通貨があります。あまり知られていないかもしれませんが、金沢の街中のちょっと外れたところに大野地区という地域があって、ここが「もろみ」の舞台です。この地区は醤油工場の集積するところなのですが、今は使われなくな

9. 事例「もろみ」(石川県金沢市)

1. 概要

醤油工場が立ち並び金沢市大野地区では、古い「もろみ蔵」を修復・改造してギャラリーやアトリエにする活動が行われている。2002年2月より運用を開始した「もろみ」は、こうした活動への参加者を中心に、地元商店も加わって運営されている。

2. 仕組み

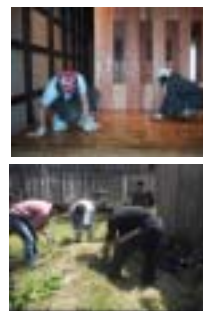
- (1) もろみ蔵の改修に、「資金」(「くらくらファンド」への寄付)、「労力」(壁塗り作業の手伝い等)、「知恵」(設計等)のいずれかで貢献した人に対して、もろみが発行される
- (2) もろみは、周辺の10店余の商店で、代金の2-5割を目途に利用できる
- (3) 参加者どうしのサービス等の交換にももろみを利用することができる

3. 実績 (2002年11月時点)

- | | |
|--------------|------|
| (1) 参加商店・企業数 | 10店 |
| (2) 参加者数 | 122人 |

4. ポイント

地域資源の蔵の活用を検討する地元の人びとと、金沢美術大学の学生および大学卒のアーティストの持つ感性、センスとを結びつけた、まちづくりの好事例。



(上) 蔵の中で行われた「廃墟ワークショップ」。
(下) 蔵の外の道もみんなの手で歩いて通る。

©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 9

った「もろみ蔵」が沢山あって、この蔵を活用して、ギャラリーとか、アトリエにしようという活動をやっています。ただこうした作業を、職人さんに全部頼んでしまうと、資金負担もかなりな額になるわけですが、例えばこの上の写真、これは金沢美大の学生だと思えますが、床塗りをやっています。床塗りも、床塗りボランティアと名づけないところがここの憎いところで、「床塗りワークショップ」と言っています。学生も学びながら、しかも地元へ貢献できる、そんな形になっていて、当然、参加する学生もとても楽しく、参加しているわけです。それから、下の写真の庭造りなども、普通の人々がみんなで汗を流しながら参加する。こうしたボランティアたちに配られるのが「もろみ」なのですが、参加店にお風呂屋さんが一軒入っていて、ボランティア仕事の終わったあとには、「もろみ」を使ってそこで汗を流して帰れるのだそうです。

それからもうひとつ、秋田の峰浜村というところに「桃源」という地域通貨があります。岡山の街中とはかけ離れた環境ですが、完全に無人になってしまった集落があって、茅葺き屋根を修復するという活動があるそうです。茅葺き屋根の修復も丸ごと職人さんに頼むと、大変な物入りになるのですが、職人さんを雇うのは一人だけ

にして、あとは、秋田市内の短大生とか、小中学生とか、家族連れに来てもらって、ボランティアの力を借りて修復していく、その謝礼としてこの「桃源」を渡します。受け取った人は、地域の特産品である「だまこ餅」というキリタンポみたいな料理を食べたり、修復された民家に泊まったり出来るのだそうです。地域にお金がない、だけど資源はあって、そして、資源の修復などに興味をもって集まってくれる人はたくさんいる。実際、学生さんなどで1週間位、この峰浜村に滞在して、毎日、働いてくれる人がいるそうですが、そうすると、6000桃源とか、7000桃源とか貯まって、峰浜村の人のいわく、「それだけ沢山、持っていると、仲間の中で威張ることができる」そうです。友達を連れて、民家の宿泊に、僕が桃源で払ってあげる、みたいなことが言える、そんなお話を伺いました。以上が、峰浜村の事例です。

結局、こういう事例から何を申し上げたいかということですが、地域通貨を、このように「まちづくり」の分野に活用すると面白いということです。地域通貨を楽しむ二番目のポイントです。ここで言う「まちづ

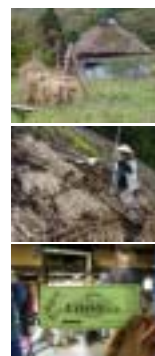
10. 事例「桃源」(秋田県峰浜村)

1. 概要

集落の4軒がすべて茅葺き屋根という峰浜村手道坂の集落を舞台に、秋田県内の大学、短大生、小中学生とその家族などが参加して、古民家の再生に取り組んでいる。「桃源」はボランティアの御礼として、2002年4月27日より運用を開始。1日の作業で1,000桃源が支払われ、3,000桃源で古民家に一泊できるなどの特典が待っている。桃源の利用者数は約250人。

2. ポイント

家屋の修復の指導費や作物の苗木などの基本的な経費は「手道坂活用研究会」が負担(約50万円)。その他はすべて地域通貨で回している。今後は公共施設での入浴や特産品との交換にも通貨の利用範囲を広げる予定。



©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 10

11. 地域通貨を面白くする方法 その

「まちづくり」に活用しよう

「地域の資源」を棚卸しよう

「地域の課題」を発掘しよう

「プロジェクト」を立ち上げよう

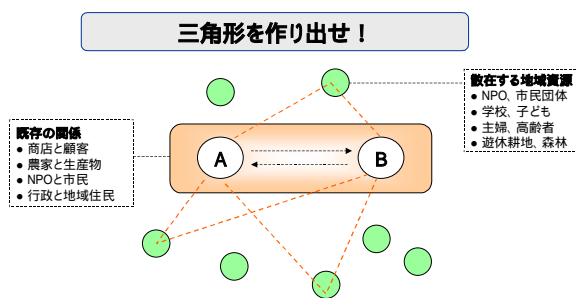
くり」は、「まちにおける、ものづくり」と言った方がより具体的に伝わるでしょう。サービスの交換価値というのは、分かりやすいようで、分かりにくい。それは形として見える部分が少ないからです。日本人はどうも現金なところがあって、目にみえるものが好きだとか、具体的に目にみえないとだめ、触れないとだめとか、そういうところがあると思います。「ものづくり」という具体的なアウトプットがあると、地域通貨をやるにしても、やっているという張り合いになってよいのではないのでしょうか。そこで、これから地域通貨を始める際には、地域の資源、特に、人が見向きもしていない遊休資源みたいなものを、ぜひ棚卸していただいて、その資源をどうしたらもっと活用できるのか、そのための課題を見つけていく。そして、その課題を実現するためのプロジェクトを立ち上げて、それに地域通貨を絡めていくのがいいと思います。

現状、表町では、イベントなどの企画に関しては、商店街が主体になっておられると思います。そこで、次のステップとしては、外部の方が色々な企画を持ちかけてきて、その中から地域のプロジェクトが立ち上がっていくというところではないかと思えます。そこで、始めに、地域通貨は三角形だというお話をしましたが、既存の関係、つまり商店街とお客さまとの関係とかでなくて、地域の外にある様々な資源との間、資源というところとちょっと機械的ですが、例えば、地元のNPOとか市民団体、学校とか、そういうところのパワーは侮れません。先程、今城さんが、高校生が分厚い企画書を持ってきたという話をされましたが、そういうパワーを持った人達との関係を作り出すところに地域通貨は活用できるのではないかと思います。

商店街だけでイベントを企画するのは大変だという時に、例えば地元のNPOとか、学校と組んでみる、そして、実はそういう人達は企画もやりたがっている、意欲がある可能性がある、ということです。例えば生け花サークルがあって、自分達は毎年、生け花をこんなに沢山生けているのに、展示する場所がない。そういう人達が、自分たちが生けたお花を商店街の中に置きたいというのであれば、商店街とこのサークルとの間で媒介手段になるのがまさに地域通貨ではないかと思うわけです。

そこで、地域通貨を面白くする三つ目の方法ですが、交流人口を増やすということを挙げたいと思います。地域通貨の参加者をどの

12. 地域通貨の活用戦略



©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 12

14. 地域通貨を面白くする方法 その

「交流人口」を増やそう

「他力」を有効活用しよう

活動の「場」を提供しよう

「地域間の交流」を進めよう

©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 14

ようにして増やすかということにつながるわけですが、域外から、地域通貨に関心がある方ならどなたでも参加できる仕組みを作ることが重要でしょう。そういう意味では中村先生がおっしゃった、広く、浅くというのは非常に正しい戦略だと思います。とにかく広く、浅く参加者を増やして、彼らの「他力」を上手く活用するということです。商店街が、なんでも自分達でやろうと考えて頑張るのはある意味、非常に消耗することだと思います。もちろん、商店街も頑張るけれど、商店街だけではパワーが足りないという時に、色々な人に手伝ってもらったらいけないかということです。その場合に、商店街の対応のしかたとしては、商店街では運営主体から一歩身を引いて、「場」を提供する立場に徹するというのも一つの考え方だと思います。場を提供して、それを外部の人に盛り上げてもらう。盛り上がりが生まれれば、交流が生まれるというわけです。

今、地域の連携が難しいというお話がありましたが、これは本当に難しいんですね。それはなぜかという、今迄やってこなかったからだと思います。商店街は日々、地域と接していると言いつつ、実は地域とのコミュニケーションが少なかったり、ある一部での交流に留まっているというケースも少なくありません。地域通貨をきっかけにして、ぜひ、商店街の周りにある見えない壁を乗り越えていただきたい、そのように考えています。

それから地域通貨の受け取り方法ですが、サーフィスでは、商品の割引とか、付加的なサービスの提供というようなことが検討されていると聞いています。ただ、商店街の割引で対応するというやり方は、お店の性格によっては問題もあるということが最近、分かってきました。

たしかに、渋谷のアースデイマネーでは、代金の一部として受け取るという形でやっております。350円のコーヒーを、300円と50rで受け取るという形ですね。これはまあ、渋谷という場所が、割引クーポンを使うのが当たり前という街だからで、同じ割引クーポンを出すのなら、少し社会に貢献するような仕掛けでやろうよという気持ちでみんなに受け入れられています。特に渋谷の場合、参加店は飲食が多いので、購入単価からいっても代金の一部というのが受け入れやすいですが、物販では、代金の一部ということに反発が強いところもあります。地域通貨を運営する側は、「損して得取れ」などと言ったりしてしまいがちですが、なるほどそうだねとはすんなりいかないわけです。

先程、商店街が地域通貨を買い取るという話もありましたが、これを神奈川県大和市の二条通りというところでは、「LOVES」という地域通貨を使ってやっています。いわゆるポイントカードですが、地域通貨をもってきた人に対してはポイント2倍券というのを渡しています。ポイントは個別の商店が買い取ってお客様に付与している景品のようなもの

15. 地域通貨の受け取り方法 ~ 神奈川県大和市「二条通りモデル」

商店による「受け取り方」の工夫

運営者側の期待
 ・「損して得取れ」
 ・「受け取った地域通貨を次に回せば儲けではない」

商店側の気持ち
 ・「地域通貨の受け取り＝値引きだけでよいのか？」
 ・「地域通貨で仕入れができるのか？」

運営者と商店の認識のズレ

【方向性】
 ・まずは、商店が「無理なく受け取る」ことが重要
 ・通貨の受け取り方法を「代金の一部」に限定しない
 ・大和市二条通りでは、地域通貨に対して「ポイント2倍券」を発行することで、「販売促進」と「交流型商店街」を再立



©2013, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 15

ですからこれは、見方を変えれば地域通貨を商店が買い取っていると言えるわけです。

そういうことで、楽しむための

四つ目のポイントといたしまして

は、お店は無理なく参加するとい

うことが重要です。値引き以外の

受け取り方法というのもぜひ、お

店の方には考えていただきたいと

思います。基本的にはお客様に喜

んでいただく、というのが一番重

要ですので、お客様にどう喜んで

もらうか、それはひょっとすると

値引きではないかもしれないということですね。それから、うちの店は無理だ、というこ

ろから入らないで、うちの店だったらこういうことができるということをぜひ、考えて

いただければと思うわけです。

ただ、地域通貨がお店に貯まって

しまうという問題は確かにあります。

解決方法としては、お店が受け取っ

た地域通貨を商店街活動に寄付する

とか、あるいは清掃などの費用の支

払いに回すという使い方もあると思

いますが、もう一歩進めて、もし可

能であれば「地域通貨が使えるお店」

ではなくて「地域通貨を使うお店」

というのができないだろうかという

ことを、ぜひ考えていただきたいと思います。これが、楽しむための五番目のポイントで

す。どういうことかということ、「地域通貨が使える」というのは、その地域で使えるけれど

も、その先、受け取った店が使うかどうかは分かりませんということです。「地域通貨を使

う」というのは、地域通貨を受け取って、受け取ったものはまた使います、ということ

です。

要するに、地域のNPOは発行する側、そしてお店は受け取る側という関係では、さっ

きのその三角形というか循環はできないわけです。一方から一方へ流れるだけです。本来、

例の三角形の図では、参加者はみんな対等な立場にあるわけですから、お店もこの三角

形の中に入る一参加主体だということです。ですからあくまで、受け取るだけという受動的

な考え方ではなく、使って参加していただきたいという点は、ぜひ、強調させていただ

きたいところです。これが可能かどうかということですが、飲食店とか地元の産品などを多

少でも取り扱っているところであれば、検討の余地はあるのではないのでしょうか。「地域通

16. 地域通貨を面白くする方法 その

お店は「無理なく」参加しよう

「値引き」以外の受け取り方法も考えよう

商店にとっての「できること」を考えよう

「ポイントとの交換スキーム」を構築しよう

©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 16

17. 地域通貨を面白くする方法 その

「地域通貨を使うお店」になろう

店も地域通貨の参加主体であることを意識しよう

「地域通貨で仕入れ」をしてみよう

「地域通貨で付加価値向上」に挑戦しよう

©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 17

貨で仕入れ」をする、といったことができるかどうかを考えていただきたいと思うわけです。

それから「地域通貨で付加価値向上」に挑戦してみるということもあります。例えばお店の中が殺風景であれば、地元の絵描きサークルの人にちょっと一品、絵を描いてもらって、地域通貨で謝礼を払うとか、そういう形でお店の空間としての魅力向上に繋げていかれてはどうでしょうか。花を植えていただくのもいいですね。

ちなみにちょっと宣伝になってしまいますが、アースデイマナーのメンバー有志で、この2月20日に、渋谷に「ガボウル」という名前の新しいお店をオープンしました。先程お話しした「地域通貨を使うお店」というやつです。この店には大きく二つのテーマがありまして、一つは都市と農村の交流の出入口ということなんです。例えば

18. カフェ「ガボウル」

都市・農村交流の出入口

ただ「有機野菜」「自然食品」というだけではなく、味わわれる食べ物のうちのいくつかは、口にした人がおいしいと思いい、好奇心をかき立てられ、もし、その生産のプロセスに関わりたいと思えば、参加する可能性が開かれている。カフェの先には耕地があり、消費者が、ひととき生産者になるチャンスが待っている。農村、森林、漁村への入り口となる場所、それがgabowl。

地域通貨を使うお店

ただ「地域通貨が使えるお店」というだけではなく、地域通貨を溜め込むことなく、それを、調達・仕入れに利用していく。日本円で仕入れる生ビールには、地域通貨はわずしか利用できない。しかし、地域通貨で仕入れる食材をもとにつくられたサラダや煮物は、その食材の量に応じて、ありがたく地域通貨を拝受する。地域通貨を使うお店、それがgabowl。

cafe gabowl
open 14pm - 24pm (close mon)
tel+fax 03-3499-6077
<http://www.mugendai.org/gabo/>



©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 18

山梨とか長野に出かけて行って農作業すると、そこでもらえるのが渋谷のアースデイマナーです。渋谷の地域通貨を農家が発行しているわけですが、その農家は、発行した地域通貨分の野菜などを東京の朝市やこのガボウルに持ち込んで、地域通貨を受け取るという図式です。渋谷に行くとガボウルという店があって、そこに行くといつも地域通貨が使えて、しかもそこでは地域通貨で交流のある農村で作られた野菜が食べられる。そんなお店を立ち上げてみたわけです。もし、東京にお越しの際はぜひ立ち寄りいただければと思っています。

最後に、楽しむための5プラス1になってしまいますが、とにかく「面白さ」を追求していただきたいということです。地域通貨は、商品券とかポイントカードのように法律の縛りがあるわけでもなく、ある意味、気軽な、カジュアルなお金だと思いますので、そのあたりを最大限に活用していただきたいということです。まちづくりの

19. さいごに

「面白さ」を追求しよう

「若者」「よそ者」「馬鹿者」を歓迎しよう

「実験」「期間限定」はやめよう

「地元学」のセンスで「らしさ」を出そう

©2003, The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved. 19

月並みなセオリーかもしれないが、「若者」「よそ者」「馬鹿者」といった、色々な人に参加してもらおうということです。それから、サーフィスは、当面、実験ということでスタートされますが、今後、期間限定ではなくて、ぜひ中長期的に続けていただきたい。地域

振興券などと違って、カンフル剂的な要素は非常に少ないので、効果をあげるためには、腰を据えてやっていただきたいと思います。それから、なんと言いましても「らしさ」というのが非常に大切かなと思います。「地元学」なんて書きましたけれども、岡山のこの表町では、どういうプロジェクトや素材、資源があって、どういう人達がいるのかということから、この地域らしさというものをぜひ、出していただけたらという風に思います。

中村

どうもありがとうございました。幾つかのご指摘とか、提案をいただきました。嵯峨さんが来られる前に話に出ていたのですが、ひとつは、地域通貨が使えるお店を識別するフラッグのようなものを企画しているところで、これで識別を考えております。それから、地産地消のイベントですが、これは我々もちょっと考えているところです。また、あとで色々、お話を伺わせていただきたいと思います。フロアーの皆さんとか、他のパネラーの方も、ご質問あるかもしれませんので、いかがでしょうか。

質問者（男性）

岡山大学の藤川と申します。今、地域通貨というものにすごく興味を持ってしまして、それで今日のフォーラムに参加しました。お話の中で、地域通貨の成功した事例、もしくは今、流通している事例というのは幾つか伺いましたが、やってみただけでも流通しなかった事例、それは何故、流通しなかったのか、どうすれば失敗を防げたのかというあたりを教えていただければと思います。

嵯峨

流通しなくなった事例で一番多いのは、自然消滅してしまったものでしょうか。立ち上げではみたものの、例えば、参加人数が非常に少なく、最初にきっかけができてしまうと、後はわざわざ地域通貨を絡ませなくてもコミュニケーションはできるじゃないかということになって尻すぼみになってしまいます。ですから、流通を持続させるためには、ある程度、参加者の規模とかを大きくしていくことが必要ではないかと思います。

それから、これは個人的な意見ですが、地域通貨を使うと得をするといいますが、目に見えるサービスが受けられた方が回りやすいのかなという気がします。例えば千葉のピーナッツなどでも、結局、地域通貨の利用が多いのは割り引きをしてくれる商店、パン屋さんとか、そういう所が、地域通貨を回す原動力になっていると思います。

失敗事例は、なかなか言いにくいですが、何を失敗と言うかですね。結局、最初に言いましたように、地域通貨として止まってしまったけれど、それがきっかけとなって、コミュニティに新しいつながりが出来たということであれば、ある意味、成功とも言えると思います。

中村

今のご質問に対して、今城さんや前田さんはいかがでしょう？

今城

私の知っている事例でも、仲間内だけで地域通貨をやっていこうとして、嵯峨さんのお話にもあったように、仲間内だけなら、わざわざ続ける必要もないよねというのがありました。無理して地域通貨でやり取りすることが恥ずかしくなってしまったそうですよ。私も、それはそれでいいことだと思います。地域通貨を続けるのは、ものすごくエネルギーが要ります。皆が続けようという気持ちがなくなってしまうと、初期の目的を達した、達しないはともかく、自然消滅するしかないですね。別になくても生活の中で困ることはまずないですから。そういうものとして、それでもやろうというのは、目的意識とか続ける強い意志が必要だと思います。

前田

失敗とは何をもって失敗と言うかという、その価値観が重要だと思います。地域通貨は今までのお話にありましたように効率的とか便利とかいうものとある意味、対極にあるものですから、そのような価値観を踏まえて、長く見守って、まさにその価値観を持った人たちが使っていくという、そういう目で見えてあげることが必要なのではないのでしょうか。

中村

よろしいでしょうか。他にご質問ございませんでしょうか。

質問者（男性）

岡山大学の島岡と申します。本日は貴重なお話をありがとうございます。私のほうから二点、質問させていただきたいと思います。

一つは、地域通貨は「LETS」というのが原点だという話がありました。「LETS」はサービスをすればプラスになるけども、サービスを受けたらマイナスになる。そうすると極端な人がいて、サービスばかり受けてすごくマイナスが貯まってしまった人がいたり、逆に何もしなくてプラスばかり貯まっていた人が出てくるケースもあると思いますが、そういった場合に運営主体はどのように介入すべきなのでしょう？

もう一点は地域通貨による商業、商店街の活性化を考えた時に、2年も3年も前の地域通貨を持ってきて割引してくれと言われても、とてもそれでは活性化にならないような気がします。1ヶ月以内に使ってくださいますとか、有効期限のようなものを設けることで初めて消費が活性化されて、商店街が潤うということかと考えますが、そのあたりはいかがでしょう？

嵯峨

まず、有効期限の件ですが、たしかに色々な考え方があって、もし、商店街の経済的な活性化だけを目的にするのであれば、1ヶ月だけ有効とか期限を設けるのもひとつの考え方でしょう。ただ、商店街サイドの一方的希望で「地域通貨の期限を1ヶ月に限定します」というのはちょっと寂しい気もします。地域通貨は、地域の商店街も大勢のプレーヤーの一人として参加するコミュニケーション・ツールだと思います。商店によっては「うちの店は別に永久に受け取ってもいいんだ」と、あるお店は「いや、早く回ってきてほしいからうちは1ヶ月以内だ」と、そこは個々のお店が自由に決めることではないかと思います。結論としては、私は地域通貨に有効期限を設けることには反対です。

それから「LETS」のプラス・マイナスの件ですね。これをコントロールするのは基本的にかなり難しいことです。あえてやろうとすると、非常に煩雑なルールが発生しますし、それをやって事務局の負担を増やすのは効率のよくないことだ、別にプラスを沢山稼ごうが、マイナスを沢山貯めようがいいじゃないか、という考え方ですね。要は、そういうアンバランスな人と相対でサービスを交換する気持ちができるかという個人間の問題だと思います。また、商店街で使う時には、マイナスアカウントの人はご遠慮下さいといったお店側の制限が設けられていればただ乗りはだいぶ防止できるかもしれません。

質問者（男性）

私はある自治体の職員ですが、実は来年度、地域通貨に取り組もうということで、お話を聞き参りました。非常に難しい問題かと思いましたが、先程の学生さんの質問と重なりますが、換金性を導入しない場合に、人気商店に地域通貨が集中すると、極端に言いますとそのお店がつぶれてしまうことにならないか、ということです。そういうことを危惧する商店の方が増えますと、参加する商店が集まらず、地域通貨が循環してくれない、そのようなことにならないでしょうか。将来的にずっと循環させようとした場合、例えば1年区切りで換金の機会を設けざるを得ないのかなとったりしているのですが、1年ごとに決算期を設けたり、換金機能つきでも地域通貨と呼べるのかどうか。定義の話になりますが、そのあたりはいかがでしょうか。

中村

大変、難しい問題が出てまいりました。大分お待たせしているので、前田さんのプレゼンを先にさせていただいて、そこに今のご質問へのお答えも入ってくるかとも思います。その後で、今の大変、重要な問題、難しい問題に御三方のご意見を賜ろうと考えます。では、主催者でもあります日本政策投資銀行の前田さんから、地域通貨の理論とか実践についてお話をいただきたいと思います。前田さんは学生時代からずっと地域通貨について勉強、研究されておりますので、そのあたりも含めてお願いしたいと思います。

前田

日本政策投資銀行の前田でございます。どうぞよろしくお願ひいたします。東京から参りましたが、岡山は1年半ぶりでございます。前回、参りました時も、所長の小笠原にあちこち案内してもらい、地域活性化に大変熱心な岡山という地域を印象深く思っております。本日もこのように地域通貨に関心を持ってお集まりいただきまして、地域通貨をもっと普及・推進したいと思う者としては非常に嬉しい限りでございます。「サーフィス」という表町の地域通貨ですが、聞いたところによりますと、表町から取った「表」の surface と、「おもてなし」のサービスをひっかけてサーフィスという風に名前をつけたということですね。まず私はこれに感激いたしました。まさにサービス、おもてなしというのは単に効率的ないわゆる市場で物が交換される世界とは多分ちょっと違う。もう少し、人間の心がこもった、いわゆるサービスのやりとりということで、まさに地域通貨の本質の一つがこの「おもてなし」という言葉に表れているのではないかと思います。今日の皆さんのお話もそういうことを言われているのかなと、最初にちょっと結論めいた話になりますが、そのように考えております。

それでは、時間もございませんので、パワーポイントをご覧いただきながら、かいつまんでお話をさせていただきます。いきなりやや大上段にふりかざしますと、まさに世界のグローバル化とか、市場化とかもたらしたものが何だったのかということですが、古い因習や悪弊のような悪い面が一掃されたという一方で、環境が破壊されたり、まさにコミュニティーや商店街が解体されたり、特に今、多様性や信頼性といった大切なものが国単位でも、地域単位でもどんどん失われてきている、食べ物とか、生物とか、人々の考え方とか、あらゆるものが均質化されている、銀行の信頼が失われ、お金、円とかドルの信頼もどんどん失われてきている、そんな危機感の中で地域通貨というものが注目されるようになってきたのかなと思います。

さらに言いますと、「持続可能性」というような言葉がありますが、そういう考え方に立って社会にどのように対処していくか、少子高齢化にどのように対応すべきか、さらにはこうした問題解決の担い手として NPO とかいわ

地域通貨が注目される背景1

- グローバリゼーション・市場化
良い面もあるが一方で
環境、コモンズの崩壊
コミュニティの解体
多様性の喪失
信頼の喪失
- グローカリズム
住民参加 関係性の再構築
均質化と多様化

地域通貨が注目される背景2

- 持続可能性:Sustainable Development
大量生産・大量消費・大量廃棄
・製造業:循環型生産方式へ
(環境効率性、ゼロミッション、ライフサイクルマネジメント)
・社会資本:長寿命・既存ストックの有効活用
・所有からサービスの利用へ(カーシェアリング等)
- 少子・高齢化、バリアフリー ユニバーサルデザイン
- 新しい事業主体:NPO、コミュニティ、協働

ゆるコミュニティ・ビジネスみたいなものが登場し、新しい連携や協働という世界が出てきた。そんな状況の下で地域通貨に関心が高まっているのだと思います。

ここではコモンズというキーワードでまとめてみましたが、布施君の説明にもありました通り、手間返しのよう^{ゆい}なこと、それから昔は結とか講とか、そしてボランティア・NPOとか、さらにソーシャル・キャピタルという難しい言葉が書いてありますが、多分、このような従来、官とか民間だけではなし得ないものを、今の時代にいかに創り上げていくかということと地域通貨というのは非常に関係が深い仕組みと考えております。

まず、NPO と企業というのはどう違うかということです。横に斜めに点線が入っていますが、NPO と企業を三角形で表して、企業であれば配当・組織・資金、NPOであればミッション・組織・資金というように頂点に書いています。NPO と企業とどこが違うかというと、企業は基本的に市場の中で活動が行われているわけですが、NPOは配当・利益を出す必要がありませんので、組織の目的はそのミッション、つまりある価値観を実現することが目的なわけであり、ですからこの非市場というところに地域通貨がどううまく関わっていくかということが、今、注目されているということかと思えます。

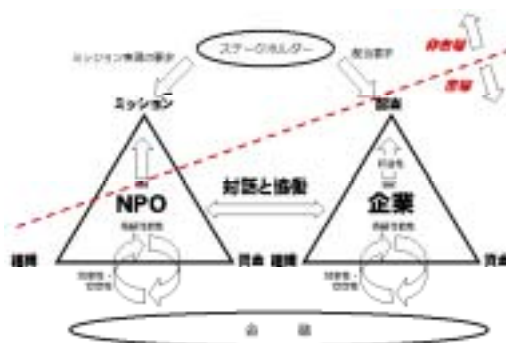
それからもう一つ、別の切り口で、実際の地方経済の問題として、お金が地方で回っていないということがあります。この表をご覧くださいと、地方では預金は集まるのですが、貸付金には回っていないということで、地方圏の預貸率は64.9%。対して三大都市圏ではほぼ100%、要するに、預金がそのままその地域で使われているということで

コモンズ(共)の視点

- 結、講、手間替え
- コミュニケーション、連帯、コミュニティ:関係性
- ボランティア NPO
- 環境(入会地、入浜等)
- ソーシャル・キャピタル(信頼)
- 社会的共通資本

NPO活発化: H12/10法律施行、認証数約1万

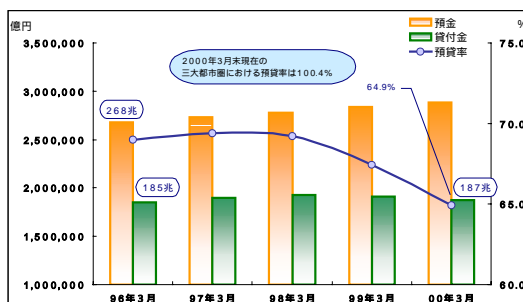
NPOと企業の類似・相異及び金融の意義



(出所)日本政策投資銀行『NPOの資金調達と金融機関の役割』

地方で回らない地方圏の預金

(注)数字は民間金融機関(国内銀行、信金、信組、労金、農協、漁協)
(出所)日本政策投資銀行『地域ハンドブック』(資料)日本銀行『都道府県別経済統計』、『金融経済統計月報』



す。東京になりますと140%ということで、東京の中に地方のお金が入り込んで使われているというのが実態であります。ですから地域通貨の議論のひとつの背景として、地方で、自分達でお金を回していこう、円では回っていないので、それを地域通貨で回していこうという、やや壮大なのですが、そういうような発想もあるわけです。

今、申し上げたことを概念的に整理いたしますと、やや大上段ですが、我々の住んでいる世界は下から環境とか、生態系の世界。次がまさに商店街のような生活サービスの世界。それから、もう少し自動車とか、鉄鋼とかというような生産・技術・投資の世界。最後が、まさにお金でお金を買うような投機的

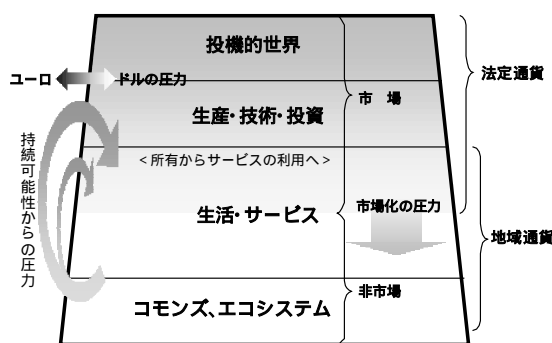
世界。とりあえず四つに分けて考えられるのではないのでしょうか。市場と非市場というのが多

分、生活サービスの間くらいで分かれ、その上の市場に対応して円とかドルの法定通貨があり、下の非市場的なところに対して地域通貨みたいなものがあるのかなと思っています。それで、先程から議論になっている円と地域通貨を交換するかどうかというのは、この図のどぶるところをどう考えていくかということかと思えます。

地域通貨の機能を私なりに整理してみますと、これも言葉にこだわっているのですが、「関係性」と「多様性」と「持続可能性」という三つに分けられるのではないかと思っています。「関係性」は先程から話が出ている、色々な人々と関係を作り上げる、まさにきっかけみたいなことですね。都市と農村の連携も、そういうことかと思えます。それから「多様性」というのは、環境とか、文化

とか、まちづくりとかというような価値観を入れ込むようなこと。例えば滋賀県では釣り人が、釣り上げたブラックバスを漁協に持ちこんで、害魚の撲滅に協力したら地域通貨がもらえる、というようなことを県が検討していると聞いていますが、そういうような特定の価値観を地域通貨に入れていくというものです。それから、「持続可能性」というのは、先程の地域のお金が回っていないというような事から考えると、地域のお金を地域で回していくというような、商店街でもそういう面があるかと思えますが、そういう課題の解決

貨幣と市場・非市場



地域通貨の機能

機能	効果
関係性 [媒介・評価] ・非市場経済活動分野において媒体や評価尺度となる。	・新たなネットワークを形成（互酬推進） ・イコールスタンディング ・低稼働施設、遊休施設（商店街）再活用 ・コミュニティビジネスの創出機能 ・失業者対策（セーフティネット） ・観光、交流、都市-農村連携
多様性 [価値観付加] ・"お金" に価値観を付加する。	・コミュニティへのコミットメント促進 ・環境、福祉、文化、まちづくりとの連携 ・CRM手法とのマッチング ・SRIタイプのマネー創造
持続可能性 [循環促進] ・流通が限定的であり、資金が外部に流出しない。	・地域内資金循環 （地域経済活性化、ロックイン効果） ・補完貨幣効果

各機能は相互に重複している。

手段に使っていくというようなことがあります。先程のご質問の関係でいうと、千葉のピーナッツでは運営の中心になっている美容院では売上が2割くらい上がったそうです。

私が関わっているものとしては、北海道の十勝で、帯広商工会議所の人々が中心になって、ネット上での地域通貨「トカチ」というのを考えています。これは構想が非常に大掛かりなのですが、地元の人に限らず、都市圏の人も、「トカチ」の地域通貨圏に入ってもらって、ネット上で地域通貨を使って農産物に投資をして、例えば配当として、農産物をもらうとかを考えています。実際、帯広に行くと、空き店舗に作った「北の屋台」という屋台村とか、スローフードが食べられるレストランとか、そういうところで「トカチ」が使える、そのようなことをこれからやろうとしております。

それから、アート関係でボランティアと地域通貨をどう絡めるかという話ですが、越後妻有アートトリエンナーレというのが2000年に始まり、今年また夏に行われます。非常に多くのボランティアの方々が協力して、第一回目は成功しましたが、こういうようなところに地域通貨を入れていったら面白いのではないのでしょうか。また、演劇の分野での実践例ということで、劇作家の平田オリザさんが関わる埼玉の市民文化会館で、劇場のお手伝いするボランティアへの謝礼を地域通貨で支払い、それで劇場に入場ができるというような試みを始めたと聞いています。芸術分野は「関係性」や「多様性」が大切にされますし、地域通貨の活躍が有望な分野ではないでしょうか。

行政の方がいらっしゃいましたが、行政の関係でも色々、事務局を置くための場所の提供とか、公共施設への入館料や使用料の地域通貨での受け取りとか、支援の方策はあると思います。実際、カナダのカルガリーでは市の公共交通機関で受け取りをしている例も

北海道十勝の取組み

- ・ 帯広商工会議所青年部中心
- ・ ヘレン・ケラー記念塔・星山荘
- ・ 北の屋台
- ・ フィールド・カフェ:夏 麦畑、冬 雪のなかでスローフード
- ・ ネット地域通貨「トカチ」
百万人構想

アートによる地域活性化

- ・ 大地の芸術祭:越後妻有アートトリエンナーレ
2000~:6市町村の広域連携 自然との関係、ボランティア700人
- ・ 取手アートプロジェクト:茨城県:芸大と連携
- ・ 直島文化村:香川県:瀬戸内海
ベネッセ主体:宿泊施設、美術館、町・家・路地をめぐる展覧会
- ・ アート循環系サイト(大分:2002)
市内各地の歴史的空間を古代~近未来サイトとして利用
- ・ 菜の花里美発見伝(千葉キュータウン2002)
23大学39ゼミによるデザイン、49講師による出前講座
- ・ 埼玉キリふじみ市民文化会館 地域通貨アーツ

地域通貨への行政による支援

- ・ 支援
 - 立上げ、運営初期における費用助成
 - 行政の既存資源の活用
 - 行政組織の活用---学校等
 - 事務局へのスペースの提供
 - 公共施設における入館料等の地域通貨での受取
- (参考)中小企業庁モデル事業
 - 山形県高畠町(都市・農村交流)、神奈川大和市(住基ICカード活用)
 - 湘南地域(市民活動活性化)、西湘地域(観光振興)
 - 甲府市(中心市街地活性化)
- 北海道 留辺蘂町 ゼロ金利債(利息の代わりに除雪サービス、特産品)
- 地域通貨特区 留辺蘂町、世田谷区

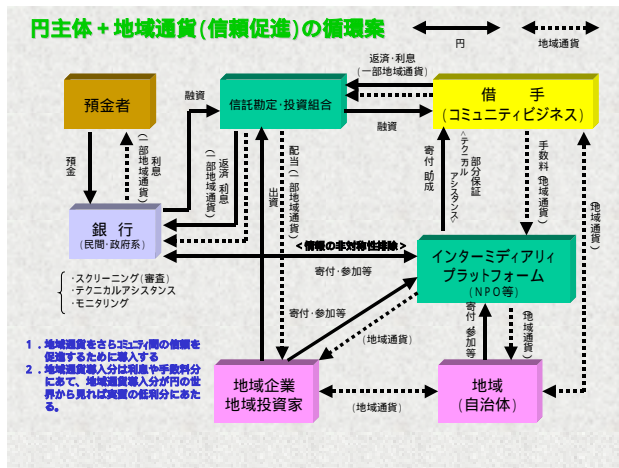
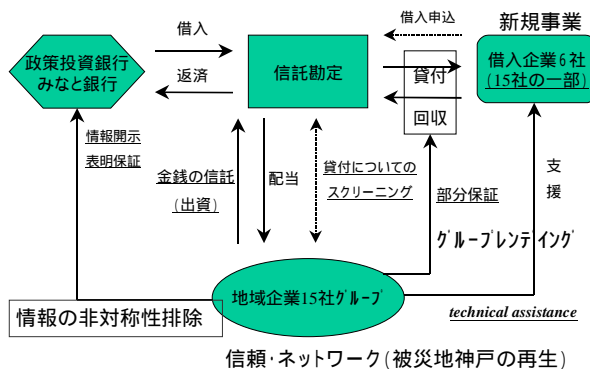
聞いております。日本では、竹中大臣が地域通貨の活用ということ、一昨年くらいに発言されたりして、今、地域通貨特区というようなアイデアが北海道の留辺蕊町や世田谷区から出ております。プリペイドカードの規制を排除していこうというもので、調整は難航しているとのことですが、行政が本気になって取り組み始めたという意味では前進ではないでしょうか。

地域でお金を回すということでは、地域通貨ではありませんが、私どもの銀行と神戸のみなと銀行とで「コミュニティ・クレジット」という仕組みも開発しております。詳しくはご説明しませんが、地域の企業の信頼を担保にしてご融資をするようなシステムでありまして、これもキーワードは信頼です。各社が個別、ばらばらでは融資できないケースでも、まとめて信頼を高めることによって、融資が可能になるというようなスキームです。

さらに、このスキームに地域通貨を入れ込むことによって、もっと地域でお金を回し易くする工夫も検討できるのではないかと考えています。このあたりお配りした資料等に記載しておりますので、後でご覧いただければと思います。

先程、嵯峨さんから「地域通貨を楽しむ」というお話がありましたが、ちょっと難しい言葉で「conviviality」という言葉があります。これは自立共生とか、みんなでわいわいがやがや楽しいとか、他者と共に生きるというような、ラテン語が起源の言葉です。パソコンを最初に作った人も、この言葉をコンセプトにするような道具を作りたい、ということでパソコンを作ったそうです。先程ちょっと触れましたスローフードですが、スローフード協会の支部は「convivium」といいます。スローフードという概念は結構、深遠で、「食の多様性を守る」、「小生産者を守る」、「子供達に味の教育をする」とい

神戸コミュニティ・クレジット仕組み



インターネット(コンヴィヴィアリティ1)

世界初のパソコン開発:リ-フェルゼンシュタイン(ハッカー)

- ・ 「conviviality な道具」(イヴァン・イリチ)をつくりたい[「インターネットが変える世界」古瀬幸広他] 意味:自立共生、みんなでわいわいがやがや楽しい con-vivere(他者とともに生きる)
- ・ 非営利オープン戦略 Linux、ナッフスター P to P (非市場原理)
- ・ ローレンス・レッシング「コモンズ」

うのが三大運動方針なのですが、やはりこの「convivium」^{コンヴィヴィウム}ですね、みんなでわいわいがやがや楽しいとか、共に食べるとか、このような概念で作られているわけです。このようなスローな価値観の具現化としての地域通貨、そういうものを目指したらいいのかな、という風に考えております。

今日のもう一つのポイントはやはり、商店街だけに閉じこもるのではなくて、もう少し、開けた関係が結べたらということかと思えます。高齢化とか人口が減る中で、多分、人が多重に、色々な所に通い合うようなことが、地域の持続可能性を高めていく、そういう中で地域通貨とかスローフードみたいなものを有効に使えるのかな、と思っています。私は「縦の連携」と「横の連携」と言っているのですが、例えば私が東京の他に岡山にも住民票を持って、岡山に通い、税金を払い、寄付を行い、その代わりになにかサービスが受けられるというような横の連携と、それに世代間の縦の連携も絡めて、交流みたいなことが同時に出来たら楽しくないでしょうか。こうしたことのために、何かイベントをきっかけに、地域連携住民票のようなものを発行して、岡山の商店街やホテルでの使用、地元産品購入等で回していけるような仕組みができれば面白いのではないのでしょうか。

今までお話ししたことをまとめさせていただくと、様々な価値観をぜひ多様性ということで植え込んでほしいと思いますし、今、ボランティアみたいなことでやられるということですが、さらに他の地域との関係性を作る、それから、商店街からは流出をさせない、流入をさせるということ、みんなで、わいわいがやがや、楽しい商店街の持続というようなことを、ぜひやっていただきたいと思えます。

お話しかがっていて、お雛祭りというのを今度、やられるということで、一つ、思いつきましたのは、例えば旧暦、これを最近、スローな暦といっていますが、旧暦の色々な昔のイベントを、お年寄り、学生、それに子供も入れて、さらにそれに地域通貨も取り入れ

スローフード(コンヴィヴィアリティ2)

- スローフード宣言(1986)北イタリアのプラ 世界的狂気(スピード、効率等)
- 未来派宣言(1909) 速度、自動車、テクノロジーこそ美
- 食を通じて自分と友人、家族、社会、究極的には人間と自然の関係を問い直す壮大な運動
- Convivium(スローフード協会支部) タンテ:饗宴(Convivio)共に食べる
「スローフードな人生」島村菜津

「コンヴィヴィアリティな道具」 としての地域通貨へ

- スローな価値観の具現化
- 貨幣のコモンズ化 信頼、倫理、コミュニケーション
- 地域通貨の多様化(様々な種類)
- 地域通貨の交換 都市と農村の連携
地域連携住民票(多重帰属)
- 社会(市場主義)の再活性化の起爆剤
- 市場との連結 地域の資金循環へ
コミュニティビジネスとの連携

16

多重帰属、多様な関係へ

—ネットワークから関係性:コミットメントへ—

- 高齢化、人口減少 人の多重帰属 持続可能性
地域自立 信頼の再構築
- 自由なアクセス: コモンアクセス権 北欧
遊休農地の活用「農地トラスト」
- 持続可能な観光: グリーンツーリズム、エコツーリズム
地域通貨ゆーずツアー、各国大使と稲刈り
- スローフード

縦の連携: 世代間交流 (例:聞き書き甲子園)

横の連携: 地域連携住民票 (第二住民票)

都市と地方(農村)、納税(寄付)とサービスの享受

て、商店街から仕掛けていくみたいなことを検討されてはいかがかと提案めいたことを申し上げて取り敢えず終わらせていただきます。

中村

最後に提案までいただきまして、ありがとうございます。

さて、先程の某自治体の方のご質問ですが、お店によって非常にアンバランスが出てきて、地域通貨が集まる店は換金してやらないとつぶれる危惧はないだろうか、ということと、期間を限定したり、換金機能をつけたりしたら地域通貨と呼べないのではないかと、という2点だったと思います。それでは嵯峨さん、今城さん、前田さんの順番でいかがでしょうか。

嵯峨

まず、お店に地域通貨が貯まり過ぎてしまうという心配をよく聞きますが、沢山のお客さんに来てもらうにこしたことはない、ということでよいのではないのでしょうか。それから受け取り方も、先程言いましたように、無理なく受け取るということ。つまり、代金の一部ということになると、いわゆる値引きは負担だというのであれば、無理に代金の一部という受け取り方をせずに、ささやかなことでもいいから、そのお店ならではのサービスを提供するという対応でもよいと思います。

それから、期間限定にしたら地域通貨でなくなるか、現金との清算スキームを入れると、それは地域通貨と言えるのか、という点です。たしかに、一番厳密に地域通貨の定義を申し上げると、それだけで循環し続けるものが地域通貨です。しかしながら、地域通貨をやるということは、その地域の活性化なり、あるいはその地域で何かこういうことをやっていきたい、そのための手法として地域通貨を取り入れるということでしょうか。その目的にかなったものであれば、それではよしいんじゃないかなという風に思います。

今城

逆に某自治体の方にお聞きしたいのですが、地域通貨を始められるにあたっての目的というのはどういったところにあるのでしょうか？

質問者

うちの場合は来年度、実験的に地域を限定して、一つの商店街の中でやることを考えています。目的は、商店街の外に流出している需要をどれくらい取り戻せるか、といったロクイン効果の把握ということ。ですから、分かりやすく言うと、商店街の売上が実験期間中に伸ばせるものなのかどうかといったことが最大の関心事ということ。です。

今城

そのような場合、地域通貨の目的は大きく二つに分かれると思います。経済の循環を促進しようというものと、地域の人とのつながりを強めようというもので、どちらに重きを置くかによって、考え方は大分変わってきます。とにかく期間限定で商店街の売上を伸ばそうというのであれば、果たして地域通貨は手段として最善でしょうか。商品券などの活用の方がよい場合もあるのではないのでしょうか。やはり、わざわざ地域通貨をやるからには、地域の人とのつながりを強めようといったことも目的にしないとやる意味がない、と思います。

先程、嵯峨さんがおっしゃっていた地域通貨を面白くする方法の4番目について、私も非常に同感です。お店は無理なく参加しようということで、値引き以外の方法はないか、そのお店ならではのサービスを考えようというのが大事だと思います。高知でも、私がお店を一軒、一軒回って、地域通貨で受けられるサービスを聞いてみますと、どうしても値引しますという答えが中心です。これでは大型店の競争の原理と変わりません。地域通貨では、大型店にないセールスポイントを考えることが重要だと思います。それが、いうなればそのお店の付加価値になる。そういった情報をお客さんに提供して、楽しんでもらって、ひいては売上を伸ばす、というような考え方が大事なのではないのでしょうか。

質問者（男性）

瀬戸町から来ました池本と申します。先程の、地域通貨の利用の偏りをどうするかということについて、ちょっと極端な思いつきですが、例えば三丁目劇場の入場券を地域通貨でなければ買えないようにしてしまう。そうすると、三行目劇場に行こうという人は地域通貨の貯まった店へ行って、現金で地域通貨を買っていく。貯まり過ぎてもそうやって現金化できますので、そうすれば喜んで地域通貨をたくさん集めようとするよな。そういった場合に何か法的な問題は発生するのでしょうか。

嵯峨

結構、難しい、細かいテクニカルな話なので、何とも言えませんが、換金性を持つものは、ちょっと注意した方がいいと思います。大体、プリペイド・カード法にしても紙幣類似証券取締法にしても、結局、換金性のところでチェックが入るので、具体的にはスキームを見てみないと分かりませんが、多分、なにかしらのチェックは入ると思います。

質問者（男性）

岡山市都心活性化対策室の石田といいます。最初の話でもコーディネーターの存在が必要だというお話をされていて、今城さんの話を聞いてみると、今城さんがコーディネーターの役割を大分、されているのかな、というのが感じられました。嵯峨さんにお聞きしたいのは、渋谷の場合に、コーディネーターにはどんな人がいて、何をしているのか、ということ。それから今城さんには、ご自身の役割を少し、ご解説いただければと思います。

嵯峨

コーディネーターとは誰かと誰かを繋げる役割という意味ですよね。そういう人は渋谷ではないです。あくまでプロジェクトベースの地域通貨ということで、例えば掃除をやってるグループ、都市農村交流をやってるグループなどがあって、そこがプロジェクトを起こしていくという形です。ですから、事務局が誰かと誰かをコーディネートするということはほとんどやっていないとっていただければと思います。

事務局はNPOで、NPO法人「アースデイマネー・アソシエーション」といいます。また、コーディネーターについて個人的な意見ですが、事務局がその役割を背負い込まない方がいいということです。誰かと誰かを繋げるということになると、結構、事務局の責任が大きくなっていきますが、あまりそういう重たい話にしない方がいいと思います。むしろさっき申し上げたような、各個店、商店が、「この人、知っているよ」というくらいでいいのであって、「コーディネーター」と言った瞬間に、ここのリストにある全員に対して責任をもたなければいけないような感じになってきますが、そもそもそういう話ではないのではないかとことです。ですから、「事務局＝コーディネート機能」というのは必ずしも当たっていないというのが自分の意見です。

今城

確かに事務局はものすごく大変になります。コーディネートをやってしまうと、その人が責任を持たなければいけない、ということが本当に沢山あると思います。例えば、「商店の窓ガラスを誰かが拭きたい」、「それに対して何かを提供します」ということをマッチングすることを全部やっていたら、すごく大変になりますね。また、減価する通貨というのがありますが、減価の計算を誰がどこでするのか、などいろいろな問題が出てきます。

そこをいかに簡素化するか、みんながある程度、責任を薄く、広く共有して、でも誰かうまくコントロールするリーダーがいるという形を作っていくのが一つの理想だと思います。しかし今の段階では、地域通貨というのはどういうものか、よくわからないという人が多い中で、それでも引っ張っていく人、間を取り持つ人が当面は必要なのではないかと感じています。

私が何者かということですが、私は高知商工会議所の経営指導員ということなんです。ですからこの時期だと、融資や決算指導など、そんなこともしている中で、プラスとして中心市街地活性化ということで、商店街などの振興の仕事をやらせてもらっているということです。言ったことは、やっぴまおうというところがあり、一般的によく分かってもらいにくいことを提案したりするので、とにかく自分が動くということでやっています。

菜園場商店街についても一緒に研究していた商店街のメンバーの中の一人という立場です。その商店の人は地域通貨なんか聞いたこともない、という頃だったので、「それでは、誰がそのお店のところに説明に行くか」というと、周り見ても、私しかいないんですね。

私もヒラなので、誰か「行け」と命令できる立場ではないので、私が行かないといけないのです。商店のおじいちゃん、おばあちゃんなど、その人達に、「参加しますか、しませんか。これは自由意志で参加していただくものです。」ということを一軒、一軒やる。それを1軒で話すと30分では足りず、結構1時間くらい話して、50軒やると、それだけで50時間ですよ。もうすごい量です。また、時々途中経過も話しに行かなければならない、などということになると、結構大変なことになります。

その点、はりまや橋商店街の方は事務局があって、学生がいるので、その人たちが割と動いてくれて、ちょっと楽かなあと思っています。

中村

コーディネーター、事務局の役割については、ケース・バイ・ケースということでしょうか。

では最後に、今日のパネル・ディスカッションそして今回の実験について、高田さんから一言お願いします。

高田

今城さん、嵯峨さん、前田さん、本当にいろいろな実施事例や取り組みの発表、ありがとうございました。高校生との連携や、商店街の場の提供など、とても参考になりました。

表町商店街もこれから、一生懸命、取り組んでいきます。本日、お越しく下さいました外部の方たちのアイデア、本当に多くのアイデアを期待しております。いい企画がぜひ、皆様からいただけますようお願いしたいと思いますし、表町を愛して、育てていていただきたいと思います。

「サーフィスをもって表町に行こう」というパンフレットも、表町の中にサーフィスを理解していただくために、参加店向けにも用意しておりますので、ぜひ、多くの方に参加していただきたいと思います。どうも本日は本当にありがとうございました。

中村

どうもありがとうございました。我々手伝う方としても、基本的に使う人間が楽しまない面白くないので、ここは演芸場ですのでしゃれではありませんが、半分、遊び心をもって、楽しみながら自分の時間を使っていこうという気持ちで手伝う、その代わりに、商店街の方もいきなり利益というのではなくて、「いろんな人と知り合いになって、これをきっかけにいろんなアイデアが出てくれればいいかな」という非常にゆったりとした心で遊び心も少し持って楽しみたいと、そういう感じで我々はやっていきますので、皆さんも、関心のある人はここで時間を使ってみたいと、私は思っております。

大変長い時間、ありがとうございました。皆さんとディスカッションできて、とても有意義だったと思います。パネル・ディスカッション自体はこれで終了させていただきたいと

思います。

司会

本日は最後までお聞きいただき、ありがとうございます。これで地域通貨フォーラムは終了いたしたいと思います。

関係者の声

表町地域通貨研究会事務局長、染色家

徳田 恭子

サーフィス紙幣デザイナー、act-design

ムラカミ ヨシコ

岡山市経済局商工観光部地域産業課 主任

板野 直孝

岡山大学経済学部

谷村 幸子

岡山市企画局総合政策部事業政策課都心活性化対策室 主任

三谷 史孝

協同組合連合会 岡山市表町商店街連盟 理事長

横山 卓司

第1回発行実験を終えて

2002年、桜の花も散り、木々の緑が眩しくなる季節のある日、岡山大学経済学部中村教授の研究室を訪ねた。中村先生と研究室の学生さん達を前に私の街づくりへの思いを一生懸命に語ったことを昨日のように覚えている。地域通貨についてまったく無知であったが、私にとっての「地域通貨研究会」はここから始まった。

2002年7月5日、超低床路面電車「MOMO」の導入にあわせ、私と友人とボランティアでMOMOグッズショップを表町商店街の空き店舗を借り受け、期間限定で運営することが決まった。しかし、そのショップをただのグッズショップではない何かをプラスしたい、市民の誰もが気軽に立寄れる、街づくり情報の交流拠点（プラットフォーム）にしたいと考えたが、具体的な施策も思い浮かばず、日本政策投資銀行岡山事務所を訪れ、多くのヒントを与えていただき、中村先生の研究室へと案内された。私たちはとにかくやってみる、行動しないと見えてこない、そんな思いで「プラットホーム MOMO」と店名を決め開店した。店の半分以上をグッズ、半分が地域通貨をメインに街づくりのインフォメーションとした。

「プラットホーム MOMO」は三ヶ月間で閉店したが、地域通貨研究会はその後、ほぼ毎週1回集まり、発行実験に向けて勉強会は続いた。

2003年3月の一ヶ月間だったが表町地域通貨「サーフィス」発行実験は実現した。

私は、地域通貨研究会事務局長として研究会と商店主、研究会とおかみさん会、研究会と行政、研究会とボランティア、とネットワーク作りに力を注いだ。何より商店街の方々に理解を得ることが必要で多くの時間をかけた。そして商店街、大学、銀行、行政、市民皆がひとつの目標に向かい進んでいった。発行実験に関わった皆が表町商店街に愛着を持ち、中心市街地活性化の一役を担えればとそれぞれ知恵とエネルギーと資金を出し合った。メディアに大きく取り上げられたこともあってか予想以上に市民の反応は大きかった。

人が集まる所にぎわいが生まれる、そのにぎわいを演出するひとつのきっかけにはなり得たが、地域通貨の本格導入には課題は山積みだ。その課題の解決の為に、関係者の熱意の持続と常設の「プラットホーム」が必要である。そしてそこに楽しさがあることがもっとも求められる。

「まだまだ、なくしてはいけない商店街」への思いを持ちながら次回の展開へ意欲を新たにしている。

（表町地域通貨研究会事務局長、染色家 徳田 恭子）

メディアとしての紙幣デザイン -4つの CI-

表町地域通貨はまず始めに「サーフィス」という名が与えられた。生まれたばかりの「サーフィス」にふさわしいデザインとは何か。デザインはどのように「サーフィス」を「サーフィス」たらしめるのか。

CI=Currency Identity

通貨の顔ともなるロゴ。ここにサーフィスらしさを集約したい。某大手スポーツメーカーのロゴを彷彿させるサーフィスのロゴデザインだが、決して盗作ではない。サーフィスの頭文字の「s」を構成するこの形態はグレッグ式速記記号の「s」と「f」の組み合わせである。

CI=Color Identity

そもそも紙幣は偽造防止の理由から中間色を使用することが多い。それに倣うわけではないが、逆に言うと落ち着いたトーンでないと「紙幣」っぽく感じないということになる。かといって、本当に紙幣に似たトーンにすると、「地味」になり、地域通貨としていまいちインパクトに欠けたものになってしまう。

表町商店街のCI(コーポレートアイデンティティ)カラーをそのまま使用する案が出たが、このCIのチューリップ、花弁部分が金赤(印刷上一番派手な赤)で、茎および葉の部分はその補色の緑である。細かい説明は省くとして、このまま使用すると、恐ろしく派手で、キツイ印象の紙幣になってしまい、下手をするとイベントなどで配布する宣伝広告的な割引券などに勘違いされる危険があるので、結局、CIカラーを元に若干トーンを落としオレンジ系とグリーン系でまとめることにした。

トーンを落として紙幣らしさを演出しつつも、補色関係の2色の色遣いでメリハリを生みだし額面やロゴなど、伝えるべき第一次元の情報を明確に表現している。

CI=Credit Identity

地域通貨は信用の上に成り立っている仕組みなので、複製防止処理は必要はないことを知ったが、じつは真面目に複製防止対策を考えていた。

まずはじめに思いついたのは「すかし」であるが、そもそも「すかし」は日本銀行券の偽造を防ぐために一般の使用は法律で禁止されていて、予算などの心配をするまでもなく不可である。その他、特殊インクや超精密デザインなど日本銀行券が行っている手法を調査したものの、どれも一朝一夕にできるものでもなく、違う方法を考えることにした。

では、万が一、サーフィスが偽造されるとしたら、どういう方法が考えられるか？おそらくカラー複写機によるものか、もしくはコンピュータを使って見よう見まねで同じモノを制作するかと想像される。これらのことを想定して付け加えたのが、細い線の多用や近似色の組み合わせ、それと人為的には制作しづらい偶発性によって生まれる白いドットが集まったドーナツ状グラフィックである。

CI=Community Identity

いくつもの変遷を越えて表町の地域通貨としてデザインされた「サーフィス」。すでに実験も行われ地域に浸透していきつつある。とはいえまだ「サーフィス」は生まれたばかりである。「サーフィス」が「サーフィス」として個性を確立していくのはその使われ方、扱われ方による。その点において「サーフィス」のデザインはまだ完了しておらず、今後の表町地域通貨活動にデザインのバトンは託されている。

(サーフィス紙幣デザイナー、act-design ムラカミヨシコ)

表町商店街における地域通貨事業については、準備期間も短く、また流通期間も短い実証実験として実施されたものでしたが、産学官市民が一体となった「地域通貨研究会」を立ち上げ、メンバー一丸となって成し遂げられたことは大変意義深いものであると感じています。

今回が初の取り組みであり、本格実施に向けての課題は残されていると思いますが、これまでの経験を生かし、それらの課題を克服して事業を継続していただきたいと思います。事業の継続こそが商店街の活性化につながる重要な要素であると考えますので、商業振興を担当する立場としても、今後の事業展開に大いに期待します。

(岡山市経済局商工観光部地域産業課 主任 板野 直孝)

私はこの地域通貨の活動に参加して、改めて生まれ育った岡山の町の発見をした気がします。

最初の発見、驚きは昔ながらの町の“閉鎖的さ”でした。それまで私は、当たり前のように表町という町を一体となった一つの空間として捉えていました。しかし、その中にも様々な壁があり、更にその見えない壁に妨げられ、この活動をなかなか受け入れて頂けないもどかしさは、大きな衝撃でありました。また、たった一ヶ月という実験期間の短さのためとはいえ、街頭アンケートでの市民への認知度の低さもなんとなく、今後の活動への不安を募らせていきました。

しかし、反面、アンケートにおける市民の中にも、店主の方の中にも、少しでも「何かをしたい」という声を聞くことが出来、私は大改革ではなく、小さくても誰かの何かのきっかけとなる活動をしたいと思うようになりました。この活動のおかげで初めて踏み込んだ店の面白さ、人のよさの発見も多くありました。もっとみんなが自らの住む岡山の町のよさ、面白さに目を向け、また店の方々の中に、一緒に何かをしよう、考えようという声をあげて頂ける方が増えていけば、きっとこの昔ながらの町のよさをいかしたまちづくりができていくと期待しています。

(岡山大学経済学部 谷村 幸子)

表町商店街ファンや地域通貨に興味を持つ人たちが数多く集まった、今回のフォーラムやひな祭りイベント、落書き消し等による社会実験は、産・官・学・民のそれぞれの持ち味を十分に発揮した見事な連携プレーだったと思います。

今後、引き続き活動を続けていくわけですが、これが単なる実験に終わらないためにも、地域通貨の「地域」となる表町商店街の商店や周辺住民の方々がもっと地域通貨について理解し、どんな表町商店街版の地域通貨ができるのかしたいのかを議論していく必要があるように思います。今後も地域通貨を通じて地域振興や中心市街地活性化につながるこの活動に少しでも協力できればと思っています。

(岡山市企画局総合政策部事業政策課都心活性化対策室 主任 三谷 史孝)

「地域通貨」、一般的にはあまり耳慣れない言葉であり、私自身きちんと理解しているとはいえなかったのですが、研究会でのレクチャーや、意見交換などにより、地域コミュニティの再生ということもさることながら、商店街活性化の新たな切り口として、取り組むことにしました。ただ本来の意味での「地域通貨」としての理解度が得られるか、単なる割引券としてのみとらえられてしまうのか、大いなる課題でありました。社会実験と割り切って実施しましたが、話題提供という面からも予想以上の反響があり、さらに、商店街のイベントに企画段階から外部(研究会のメンバー)からの参加があったことに意義があり、今回の地域通貨...サーフィスの発行はいろんな意味で効果がありました。

(協同組合連合会 岡山市表町商店街連盟 理事長 横山 卓司)



サーフィス紙幣（表）



サーフィス紙幣（裏）



プラットフォーム MOMO での勉強会



落書消し（平成 15 年 2 月 23 日実施）



表町地域通貨フォーラム（平成 15 年 2 月 26 日）



ひな祭り結婚式（平成 15 年 3 月 1 日実施）



結婚式後の掃除



地域通貨の発行

（注）「落書消し」の写真は、読売新聞社提供（同社の許諾を得て転載しています）