



日本政策投資銀行
Development Bank of Japan

DBJ Kansai Report

地域通貨とコミュニティファイナンス

平成16年3月

日本政策投資銀行
関西支店 企画調査課

目 次

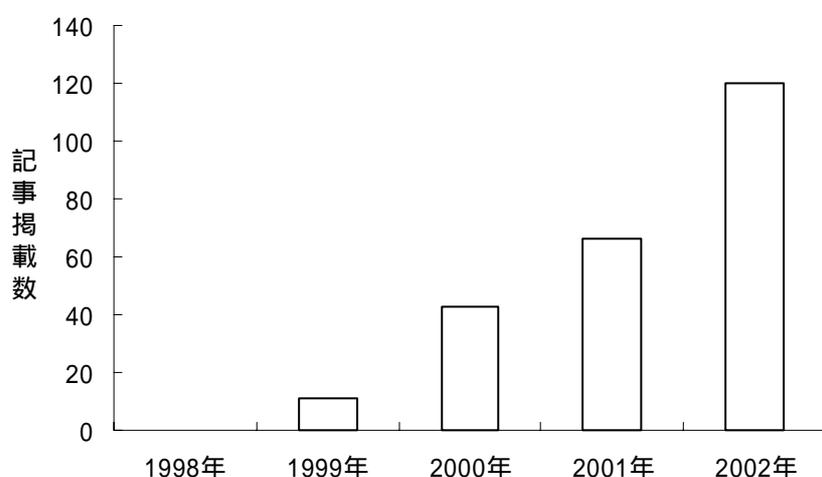
1．地域通貨に注目が集まる背景	1
2．様々なコミュニティファイナンス手法	6
(1) 公的制度を利用したコミュニティファイナンス	6
(2) 社会的関心を利用したコミュニティファイナンス	8
(3) 信頼と評判に基づく金融スキーム	11
(4) コミュニティクレジット	13
3．ソーシャルバンクとコミュニティボンド	15
4．地域通貨の機能	19
5．地域通貨のコミュニティファイナンスへの応用	22
参考事例：カナダトロント市 トロントダラー	23
(1) トロントダラープロジェクトについて	23
(2) トロントダラープロジェクトの仕組み	24
(3) トロントダラーの規模	25
(4) セントローレンス市場について	25
参考文献	27

このレポートは、2003年に神戸大学経済経営研究所が発行した『LOCAL CURRENCIES その現状と課題』（小西康生 編著、ISSN1345-8620）の中で、執筆を担当した章を抜粋し、若干の加筆・修正をしたものです。

1. 地域通貨に注目が集まる背景

日本国内においては、1990年代以降、国内各地に地域通貨ブームが急速に広まり、エコマネータイプ、LETSタイプ、イサカアワータイプといった様々なタイプの地域通貨が国内各地に誕生した。実際に、日本経済新聞に掲載された地域通貨に関する記事は、1999年以降急増している（図1.1）。類似のブームとして思い出される。1980年代の「地方独立王国ブーム」でさえも、これほどまでの関心の広がりはみせていなかった。

図1.1 新聞に掲載された地域通貨関連記事数



（資料）日本経済新聞社 記事検索サービス「日経テレコン21」

実際に流通している地域通貨から、関心がありまだ調査・企画中という地域通貨まで、把握できる限り新聞や雑誌などから集計してみると、国内における地域通貨は2003年9月末時点で368にもものぼる（図1.2）。もちろん、この中には、イベントで地域通貨実験を一回開催しただけというものまで含んでおり、実際に流通している地域通貨はもっと少ないだろうが、それにしても、国内における地域通貨に対する地域の関心の高さがうかがえる。

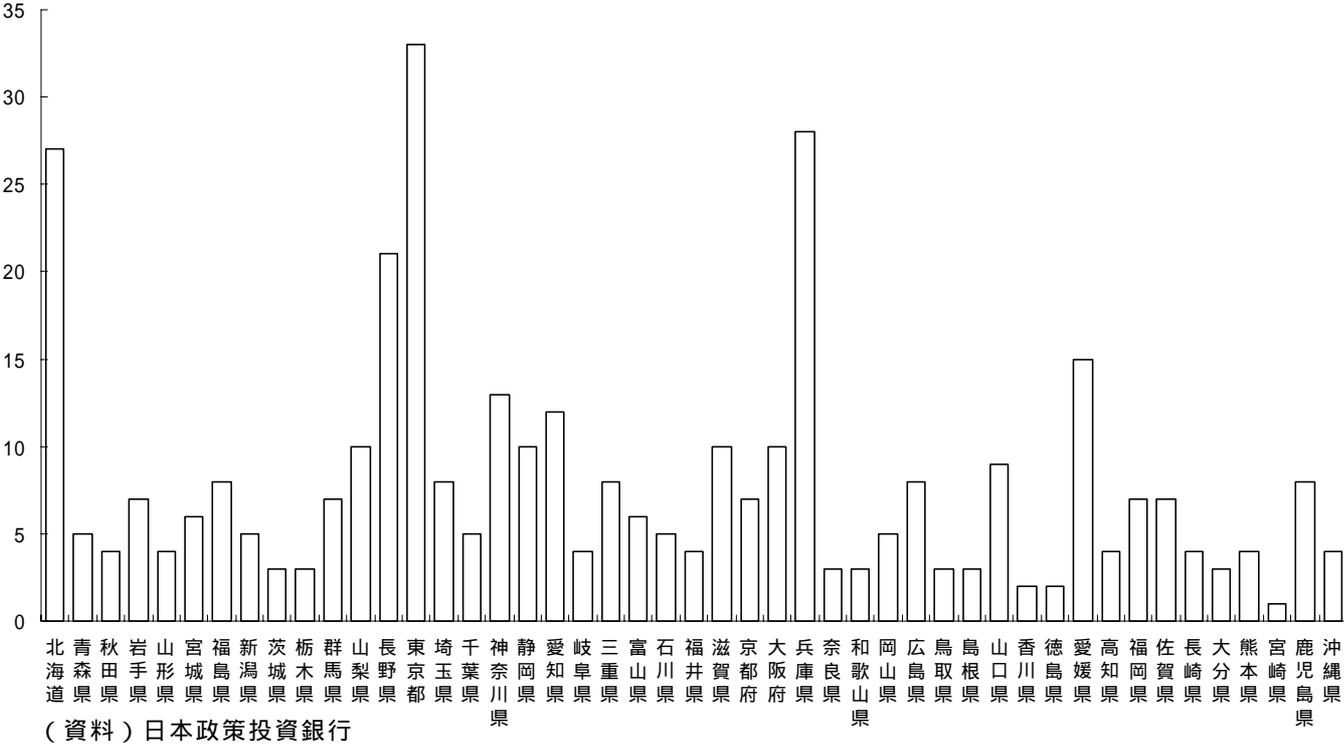
府県別に見てみると、東京都が多いのは当然としても、やはり、地方部における数が多くなっている。特に、北海道、兵庫県、長野県、愛媛県など、早い段階から積極的に地域通貨実験を行っていた地域が存在する県で、地域通貨数が多い。先駆けて地域通貨に取り組んだ地域が核となり、県内周辺地域に波及していつている様子が窺える。

これは、日本における地域通貨の発行団体は、主としてまちづくり NPO (Non-profit

organization、特定非営利活動法人)が中心となっていることが1つの要因となっていると思われる。同じ地域のNPO同士は、地域のインターメディアリを通じて情報ネットワークを構築していることが多く¹、ある1つの団体が地域通貨に取り組んだという情報は、周囲のNPOに伝達するのも早いと推察される。

地方自治体もボランティア推進施策、環境保護プログラムを推進するためのツールとして地域通貨に高い関心を示している。また、商工会議所や企業といった経済セクターも、地域通貨への関心が高く、(財)社会経済生産性本部(2002)によれば、商工会等商工関係団体の半数以上が地域通貨に関心があると回答している。

図 1.2 都道府県別の地域通貨数



このように、多くのセクターにおいて地域通貨への関心が高い理由は、NPO の増加といった社会的理由であったり、オルタナティブな経済を楽しみたいというイデオロギー的理由などがあるだろうが、最も大きな要因となっているのは、「地域にお金がまわっていない」という経済的問題意識ではないだろうか。現状の金融環境下では、銀行をはじめとす

¹ 日本政策投資銀行 NPO のマネジメントに関する研究会(2001)を参照。

る各金融機関の貸出姿勢が非常に慎重・厳格化している一方、景気の先行きに不透明さがあることで個々人も資産の極度な安全運用を志向するため、なかなか新規事業に資金が投入されない環境にある。日銀による規制緩和、企業の資金需要の減退も加わり、結果として金融機関の預金量だけが増加し、国内銀行の預貸率は低下傾向にある。その資金も国債マーケットへと投入されている状況である（表 1.1）。

表 1.1 国内銀行の資金運用状況

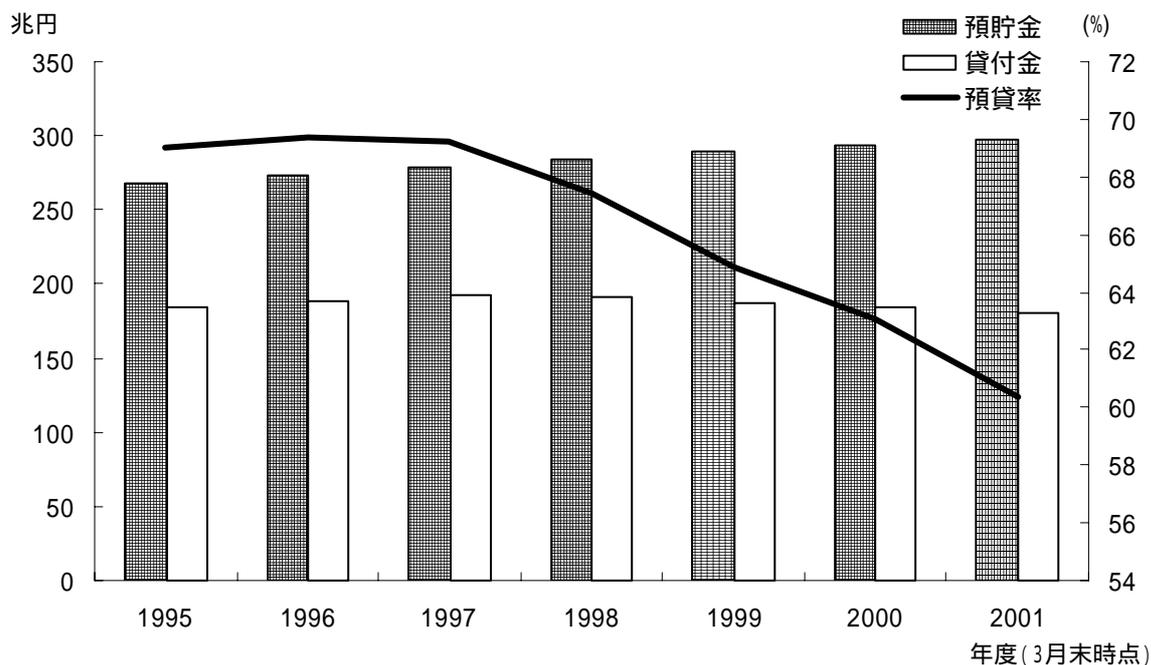
年度	預金残高比		有価証券比			公社債比		
	貸出金	有価証券	株式	外国証券	公社債	国債	地方債	社債
1993	88.4%	22.3%	31.4%	12.1%	51.9%	45.7%	12.1%	42.2%
1994	88.4%	22.4%	34.1%	11.6%	50.2%	45.5%	13.9%	40.6%
1995	85.6%	21.9%	35.3%	11.4%	49.5%	46.0%	15.7%	38.3%
1996	83.8%	21.7%	37.1%	12.8%	46.8%	47.7%	17.1%	35.2%
1997	82.3%	21.4%	36.8%	13.3%	46.4%	52.3%	16.1%	31.6%
1998	81.6%	20.8%	36.9%	12.3%	47.6%	52.8%	16.5%	30.7%
1999	80.3%	23.3%	33.3%	9.9%	53.9%	60.7%	14.1%	25.2%
2000	78.5%	27.8%	26.5%	11.8%	59.1%	70.7%	10.1%	19.1%
2001	74.7%	27.5%	23.4%	14.8%	58.8%	69.0%	10.3%	20.8%
2002	73.0%	27.4%	19.5%	15.4%	63.0%	70.6%	8.9%	20.4%
2003	68.2%	29.1%	13.4%	17.1%	68.0%	73.2%	7.7%	19.1%

（注）2003年度は、2003年6月末時点の数字

（資料）日本銀行「金融統計経済月報」より作成

昨今、金融機関は収益強化を追求していることから、その投融資は効率の良い都市部へとシフトしている。このため、経済環境が疲弊している地方圏においては、特にお金がまわりにくくなっており、2002年3月末時点の民間金融機関の預貸率をみると、三大都市圏を除く地方圏は60.4%にまで落ち込んでいる（図 1.3）。このため、地域の企業やNPOにとって、事業活動の資金調達環境が良いとはいえず、適正な事業活動もままならない。加えて、地域経済の疲弊や人口減により、地元企業のスポンサリング行為の減少や自治体からの補助金・助成金の削減があり、ますます地域には資金が環流しない状況がつけられている。

図 1.3 地方圏における民間銀行の預貸率の推移



(注) 数字は民間金融機関(国内銀行、信用金庫、信用組合、労働金庫、農協、漁協)
 (資料) 日本銀行「都道府県別経済統計」「金融経済統計月報」より作成

こうした危機感の中、新たな資金循環の手段として注目され始めたのが地域通貨システムである。地域通貨は、誰もがそれを発行することが可能で、参加者間の合意があれば、財・サービスなどの対価としても使用することが可能である。また「無利子」であることが多く、このため、現実には事業面で円の調達が困難になっている地方圏にとっては、地域通貨は、貨幣不足分を補うツールとして、極めて魅力的に映っている。地域通貨の発想の根底には「地域の資金を地域でまわす」という考えがあるので、地域経済が疲弊し金融市場にアクセスすることが困難になっていくのと反対に、各地で地域通貨の取り組み数が増加してきたことはおかしくはない。

もちろん、実際、現実には各地で取り組まれている地域通貨の大半は、参加者間でフィランソロピー的な財やサービスの交換を行っているだけにすぎず、完全には既存の金融の代替手段とは成り得てはいない。仮に各地域でどんどん発行している地域通貨が完全に円の代替手段となり得るのであれば、発行者は簡単にシニョレッジを得ることができるため、裏付けの無い過剰発行により信用悪化につながることも予想される。

しかしながら、コミュニティウェイ²のように、法定通貨を調達する手法として地域通貨システムを活用している事例もみられ、地域における金融調達を補完する役割を担う地域通貨も存在はしている。地域において、特徴ある独自の単位を用いた通貨を仲間内で使用することで、連帯感も高まるであろう。

また、財やサービスの価値尺度が法定通貨のみの世界を良しとしない考えを持つ人々にとっては、円では評価され得ないサービスを、地域通貨という別の尺度で評価することができれば、何らかの形で自分の価値観を満足させることができるかもしれない。このように、地域通貨には、従来の法定通貨だけでは計れない効果もあることは事実であり、地域にひろく受け入れられている一因となっていると考えられる。

² M.Linton が開発した手法。詳しくは地域通貨フォーラムHP (<http://www.ccforum.jp>) 参照のこと。

2. 様々なコミュニティファイナンス手法

地域に資金が環流されないという問題に対し、既存の銀行等金融機関に頼ることなしに地域のお金を地域でまわそうとする試みは、地域通貨ブーム以前より、各地で行われてきた。いわゆるコミュニティ・ファイナンスと呼ばれるいくつかの金融手法のことで、法律や税といった公的制度を利用するもの、人々の持つ社会的関心に対するコミットメント意識を利用するもの、金融スキーム自体を工夫し人々の信頼と評判に基づいたストラクチャーにより資金をまわすもの、いろいろある。

(1) 公的制度を利用したコミュニティファイナンス

まず、法律など公的制度によって、強制的に資金が地域に環流するインセンティブをつくり出す仕組みがある。これはアメリカで施行されている地域再投資法（Community Reinvestment Act）のように、金融機関が地域に資金が投入されているか否かを監視するための法律が典型的な手法である。

例えば、地域再投資法は、もともとは金融機関が行う低所得者地域に対するレッドライニング（貸出差別）の撤廃を義務付けるもので³、1977年に制定された。OCC（Office of the Comptroller of the Currency）やFDIC（Federal Deposit Insurance Corporation）などといった監督官庁に対し、監督下の金融機関が、所在を置く地域に対してどのような金融行動（貸出額の多寡や提供サービスの水準など）をとっているのかを検査・監督し、その結果の公表を義務付けるというものである。

検査項目は、住宅ローンや小規模事業者向け貸出といった種類別の実施件数や金額、貸出の地域的な偏在状況を見る「貸出検査」、地域振興活動への寄付や出資が地域振興に果たす効果などをみる「投資検査」、店舗の地域的な分布状況や営業時間などをみる「サービス検査」にわかれる。検査の結果、それぞれの金融機関の行動は、優（outstanding）、良（satisfactory）、要改善（need to improve）、不可（substantial non-compliance）で格付けされ、その評価レポートはHPなどで公表する。格付け結果は、金融機関が店舗を新設したり合併したりする場合の認可基準の参考にされるため、極端に地域に対して貸し渋りを行った銀行は、地域再投資法上の格付けが悪くなり、彼らが新たに店舗を開設しようと思っても、地域再投資法格付けの結果をもって監督官庁に認められないということもあり得る

³ Dymski・Eqstein・Pollin（2001）、野間（2000）

のである。実際に 1989 年にシカゴのコンチネンタル銀行がアリゾナの小銀行を買収しようとしたが、地域に対する金融サービス水準が低い、として却下されている⁴。

地域再投資法に基づく監督官庁の検査は 2 年毎で、検査対応にかかる業務負担は大きく、特に中小規模の銀行にとっては莫大なコストがかかる。そのため、実際に格付が良いのは大銀行が中心となり、金融業界からも公益性の名の下に銀行の収益機会を収奪していると批判がなされている。ただし、アメリカにおいて地域の NPO や中小企業に一定額の資金が提供されているのは、同法のおかげであると一定の評価がなされているのも事実である⁵。

税制を利用して地域への投資を促す手法としては、同じくアメリカで行われているアフォードブル住宅向けのタックス・クレジット制度 (Low-Income Housing Tax Credit) がある。これは低所得者向け賃貸住宅 (アフォードブル住宅) の新設投資の際に、その建設費用総額に対して 10 年間の税額控除の権利 (タックス・クレジット) が付与されるという仕組みである。タックス・クレジットは、連邦政府からの補助金が事業に投入されているか否かで変わるが、おおむね建設費用の約 4 ~ 9 % 相当額である。税額控除基準額の総額は、州政府が地域の住宅ニーズに基づき策定した計画をもとに、内国債入庁が毎年の権限を割り当てる。

タックス・クレジット制度の最大の特徴とは、投資家などへの地位の移転が自由だということである。アフォードブル住宅事業を行うディベロッパーは、獲得したタックス・クレジットを自ら受益しても良いが、大半は建設費用調達のために事業証券化にあたり債権にタックス・クレジットを付与させ、その権利を投資家に移転させている。ディベロッパー自体は、非営利組織が担うことが多いため、もともと非課税ということもあり、タックス・クレジットを持っていても仕方が無いケースが多い。このため、積極的に地位の移転を行うのである

一方、投資家からすれば、アフォードブル住宅事業自体は、福祉施策的意味合いが強く、低収益事業で投資に対するリターンが全く見込めめず、投資インセンティブが極めて低い事業である。しかし、タックス・クレジットがもらえるのであれば、アフォードブル住宅事業への投資は、政府保証によって最低約 4 ~ 9 % の利回りが確定した証券と同じになり、自らのポートフォリオ施策上、投資をしても良いと思うようになる。

⁴ 前田 (2002)

タックス・クレジットは、もともとは税負担の軽減を特に必要とする低所得者層を対象とした施策であったが、最近では、新規事業や地域事業に対する投資活動にもタックスクレジットが発行されることもあり、アメリカやイギリスですっかりと定着した施策となっている。

このように、法律で投資家に対するインセンティブを与えれば、例え地域の儲からない公益的性格が強い事業であっても、投資家からお金が集まるようになるのである。

(2) 社会的関心を利用したコミュニティファイナンス

人々のもつ寄付心や道徳心といったコミットメント意識を利用するたコミュニティファイナンスとして、現在、金融業界に普及しつつあるSRI(Socially Responsible Investment: 社会的責任投融資)がある。SRIとは、投資家が資産運用や投資に付随した権利を行使する際に、環境問題や人権問題などといった企業の社会的責任に対する取り組み状況を、投資先選択に際しての判断材料に加味することで、自らの意向を反映させようとする概念である。1920年代に教会の資金運用において、酒やたばこ産業の株式・社債で運用するのを取りやめたことが最初とも言われている⁶。

一般に、SRIには、スクリーニング、株主行動、コミュニティ投資、の3種類がある⁷。「スクリーニング」とは、投資判断の際にいわゆる「環境格付」「社会格付」といった財務面以外の評価を行い、その格付評価を投資判断の際の材料に組み入れる手法である。

「社会格付」または「環境格付」で高い評価を得ている企業の株式だけで運用する投資信託商品が有名で、日本でも1999年以降、複数のSRIファンドがたちあがっている(表2.1)。

表2.1 日本におけるSRIファンド

投資信託名	設定・運用会社	設定時期
日興エコファンド	日興アセットマネジメント	1999年8月
損保ジャパングリーンオープン エコファンド	損保ジャパンアセットマネジメント 興銀第一ライフアセットマネジメント	1999年9月 1999年10月
UBS日本株式エコファンド	UBSアセットマネジメント	1999年10月
エコパートナーズ	UFJアセットマネジメント	2000年1月
朝日ライフSRI社会貢献ファンド	朝日ライフアセットマネジメント	2000年9月
エコバランス	三井住友海上アセットマネジメント	2000年10月
日興グローバルサステナビリティファンド	日興アセットマネジメント	2000年11月
グローバル・エコグロースファンド	大和住銀投信投資顧問	2001年6月

⁵ 2002年度に日本政策投資銀行が行ったアメリカの複数のCDFIに対するヒアリング調査による。

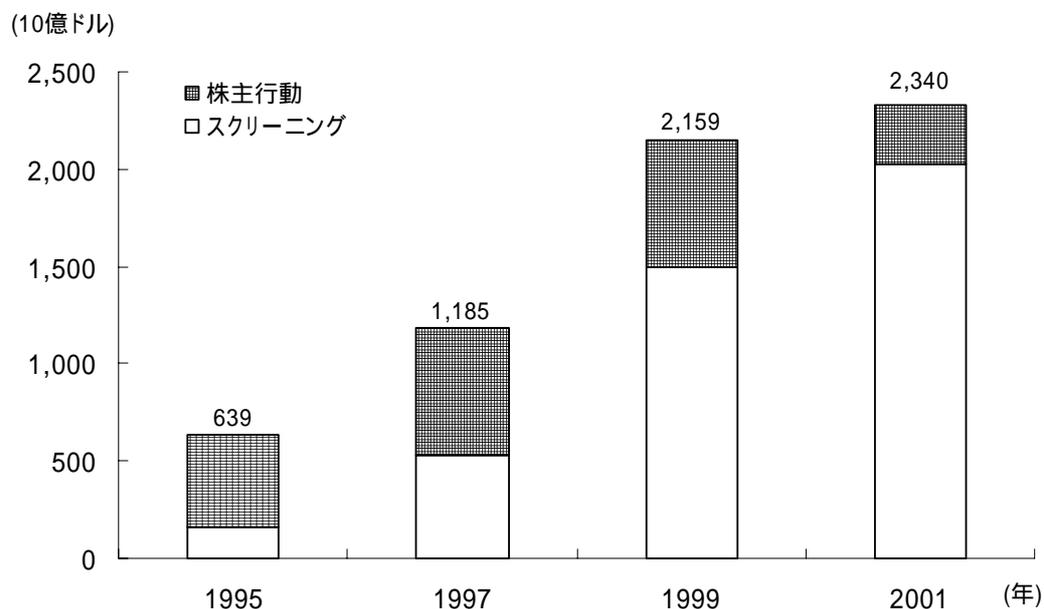
⁶ Lowry(1991)

⁷ Social Investment Forum(<http://www.socialinvest.org>)による。

「株主行動」とは、株式の議決権行使の際に何らかの倫理観に基づき、可否の判断をすることである。例えば、環境に対し悪影響を与えた企業については、株主総会での提案を否決するなどの行動を指す。「コミュニティ投資」とは、収益期待率が低い事業であっても、地域経済に密接に関係のある事業に対しては積極的に投資を行う取り組みである。

SRI概念は欧米における金融業界において主流の考え方となりつつあり、特に、アメリカでは、SRI型金融商品の残高が急速に伸張し、2001年度での資産残高は2兆3400億ドルと、直近6年間で3倍以上に拡大し、主要金融資産の12%に相当する（図2.1）。

図2.1 アメリカにおけるSRI資産残高



(資料) Social Investment Forum

もし、環境保護を志向するのであれば、環境に配慮した事業に取り組んでいる企業の株式や社債だけに投資する金融商品を購入することで、より環境保護運動を推進させることが可能となる。これが環境でなくとも、「教育」や「地域」といったことでも良い。SRIを推進することで、資金の流れに自分の意志を影響させることができる。

SRIは人々の社会的関心に対応した金融商品への投資行動であるが、同様に寄付心や道徳心といったコミットメント意識を利用したマーケティング手法が存在する。いわゆるコーズ・リレイテッド・マーケティング(CRM: Cause Related Marketing)である。

これは、特定の目的(Cause)に関連付けたプロモーションを行う米国発祥の手法で、人々

が自社の商品を購入した量などに応じて、企業がチャリティー団体に自動的に寄付をすることを宣伝材料に商品売るものである。最初のコース・リレイテッド・マーケティング手法である、1980年代のアメリカン・エクスプレスが行ったのが事例では、彼らはカード利用額の一定比率が、自動的に自由の女神修復基金に寄付がなされる、というキャンペーンで、消費者に広く受け入れられた。なぜならば、人々は日常の買い物をするだけで、小切手を送付する等煩雑な手続きを一切することなく、気軽に自分の関心事である自由の女神修復作業の支援ができるからである。

寄付を受けるチャリティー団体からみれば、コース・リレイテッド・マーケティングとは、人々がより寄付をしやすい環境を作り出す道具である。人々の持つ社会的関心事に寄付をしたいという欲求と、良いものを購入したいという消費性向を上手くミックスさせることで、日常生活の購買行動の中でさりげなく資金を調達する。結果、寄付調達にかけなければならない労働力コストを大幅に抑制することができる。

簡単に商品を買うだけで関心のあるチャリティーに寄付が自動的に可能になる、という同手法は人々に受け入れられ、普及した。コース・リレイテッド・マーケティングは、アメリカの広告市場の8%ほどを占める、という調査結果もある⁸。

コース・リレイテッド・マーケティングにおける特定目的(Cause)は環境だけに限定されたものではない。例えば、イギリスの消費者は医療や健康問題に関心が高いし、アメリカでは犯罪対策への関心が高い(表2.2)。もちろん、特定目的が地域・まちづくりに関わるチャリティーでも良い。特定目的が「地域」であるコース・リレイテッド・マーケティング商品を地域の方が購入すれば、地域により多くの資金が環流する。

SRIもコース・リレイテッド・マーケティングも、人々が持つ社会的関心事へのコミットメントしたいというニーズに上手く活用して資金を調達する手法である。従来の経済的合理性に基づく投資や商品購入の際の選択行動とは異なるものであり、多少リターンが少なくとも、また、多少商品が高くとも、消費者が自己の社会的関心欲求を満たすものを選択するという性向を上手く利用した手法である。

⁸ Adkins (1999)

表2.2 コーズ・リレイテッド・マーケティングにおける目的（Cause）の国際比較

順位	イギリス	アメリカ	オーストラリア	イタリア
1	医療 / 健康	犯罪対策	医療研究	若年者教育
2	学校 / 教育	環境問題	ホームレス、貧困対策	医療研究
3	環境問題	教育	高齢者支援	引きこもり対策
4	障害者支援	貧困対策	子供保護	高齢者支援

（資料）1053 British consumers in *The Winning Game, Business in the Community/Research International(UK) Ltd*; 2000 American Consumers in the *Cone/Roper Cause Related Marketing Trends Report*, 1000 Italian consumers in the *Explorer research* and 1000 Australian consumers in *The New Bottom Line*, Cavill & Co./Worthington Di Marizo.

（3）信頼と評判に基づく金融スキーム

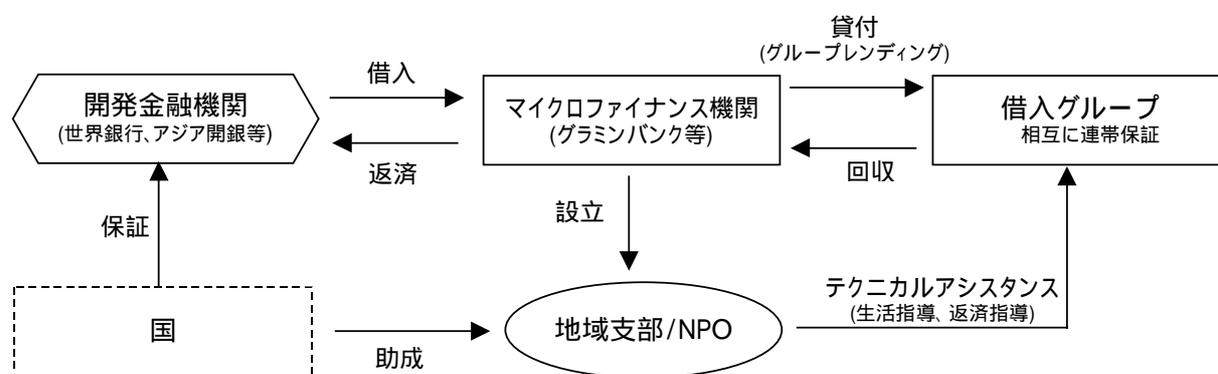
前述のように、トップダウン的に法律等で強制的に地域にお金がまわるようにインセンティブを与えるやり方、ボトムアップ的に人々の自発的な寄付心に依存しお金を集めるやり方、など、地域に資金を環流する仕組みは様々存在する。次に視点を変え、金融スキーム自体を工夫することで、地域で資金を調達する仕組みを紹介する。これら金融スキームは、評判と信頼を上手く金融技術に応用したもので、地域通貨の思想と共通点が多い。

まず、代表的な事例として、1970年代にバングラディッシュのグラミン銀行が開始したマイクロファイナンスが挙げられる（図2.2）。当時のバングラディッシュは、地域の貧困層にとって生活資金など調達ニーズがあるにもかかわらず、フォーマルな金融市場が整備されていないが故に、地域住民が金融市場にアクセスすることができない状況にあった。そこで、同行は、通常であれば銀行から融資を受けられないことができない農村部の貧困女性層を5人1組のグループに組成し、そのグループに対して生活資金を融資する、いわゆるグループレンディングを行った。

その際、債務者同士がグループ内で互いに連帯保証をさせることで、グループ内にピアプレッシャー（仲間からの無言の圧力）を発生させ、貸し倒れを抑制させた。もし返済義務を怠れば、仲間内の信頼が失われ、評判も悪化するため、債務者のモラルハザードを防止できるのである。もう1つの特徴は、銀行の下部組織として、多くの地域支部(NPO)を設立し、それら支部が債務者に対し生活指導や資金管理といったきめ細やかなテクニカルアシスタンス（技術指導）を行うことで、返済可能性を高めたことにある。支部は地域をよく知っている地域住民により構成されることが多く、彼らは債務者のことを良く理解しているため、銀行と債務者との間の情報の非対称性を埋める役割を担っている。

債務者は、テクニカルアシスタンスなどで身に付けた技術（例えば竹細工製作など）をもって都市部でお金を稼ぎ、債務の返済に充当する。テクニカルアシスタンスでは、生活余資を貯蓄することも奨励されるため、「貯蓄」という習慣も身に付けることができる。こうしてマイクロファイナンスを通じて、地域全体の生活水準が向上されていく仕組みとなっている。マイクロファイナンスは、金融市場が整備されておらず、資金が地域にまわらない市場移行国を中心に急速に普及し、アジア開発銀行など開発金融機関がバックファイナンスを行いはじめたこともあり、ボリビア、インドネシア、フィリピンなどでもマイクロファイナンスを行う大きな金融機関が誕生している。

図2.2 マイクロファイナンスの仕組み



(資料) 齊藤(2003)

類似の金融手法は、先進国においても行われている。カナダのクレジット・ユニオンによる「ピアレンディング」手法や、イタリアの「担保組合保証」制度などである。例えば、ピアレンディング手法とは、金融市場へアクセスできない事業者4～5人を1グループにし、その1グループに対してクレジット・ユニオンがノンリコース融資を行う仕組みである。マイクロファイナンス同様、仲間内にピアプレッシャーが発生し、債務返済率は高まる。この場合、債務者へのテクニカルアシスタンス（生活指導/経営指導）はNPOが行うのではなく、銀行自らが行う。しかも、経営指導にかかるコストについては、銀行が債務者から適正なフィーを徴求するのが一般的である。加えて、ピアレンディングの場合、外部機関による信用調査の利用することにより、銀行自身の審査コストを抑制し、債務者との間の情報の非対称性の問題を軽減している。

マイクロファイナンスもピアレンディングも「信頼」と「評判」に基づく仕組みである。

仲間内の「信頼」に基づき相互に保証しあい（場合によっては仲間内で資金を融通）、「評判」を落としたいがために、債務返済のため努力する。日本でも、昭和初期頃まで、農村の水車融資の際にマイクロファイナンス的手法が採用されていたし、従来より地域金融市場において行われてきた講や無尽といった回貯貯蓄信用（ROSCAs：Roatating Savings and Credit Associations）やマイクロファイナンスの原型と言えるだろう。

なお、注意すべき点は、金融機関は、自らの運営コストと貸倒コストをまかなうだけの利益だけを確保しなければならないことである。そのため、マイクロファイナンス機関においては、自らの経営の持続可能性を維持するために、債務者から適正な金利をとっているのが一般的である。同手法は、地域の金融市場へのアクセスをつくる、というのが主目的であり、市場金利を乱しモラルハザードを助長するような低金利融資は行ってはいない。

（４）コミュニティクレジット

日本においても、マイクロファイナンスの仕組みを参考に、2001年に日本政策投資銀行が「コミュニティクレジット」と呼ばれる金融スキームを新たに開発した⁹。コミュニティクレジットとは、コミュニティにおいて互いに信頼関係にある中小企業同士が、相互協力を目的に資金を拠出し合い連携することで、構成員個々の信用より高い信用を創造し、信頼を担保に金融機関から資金を調達する仕組みである。具体的には次のような仕組みである（図2.3）。

神戸市において、経営セミナー「神戸駅前大学」を運営する日本トラストファンド(株)など、相互に信頼関係を持つ15社が、コミュニティを結成する。

そのコミュニティからの出資金に、日本政策投資銀行などによる融資を加え、一定金額から成る信託財産を形成する（コミュニティの構成企業は信託財産を金融プラットフォームとして機能する）。

実際に資金ニーズがある地域の中小企業6社に対して、金融プラットフォームからノンリコース融資（不動産等の担保や経営者の保証は徴求せず）を行う。その際の企業選択はコミュニティ自身が行う。

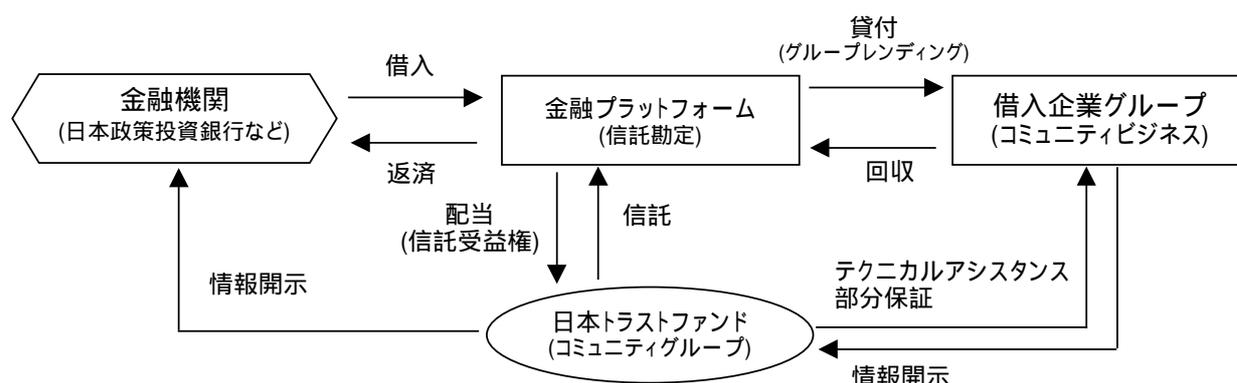
日本トラストファンドなどコミュニティは融資先事業の償還確実性を証明するため、各事業の借入に対し部分保証を行う。また、借入企業に対し、随時テクニカルアシス

⁹ コミュニティクレジットについては藤森（2002）を参照のこと。

タンスを行う。

借入企業6社は、金融プラットフォームに対し、適正な金利とともに借入金元金を返済する。金融プラットフォームは銀行に対し、元金と金利を完済し、残った信託財産を出資した日本トラストファンドなどコミュニティに対して配当して後、コミュニティクレジットは終了する。

図2.3 コミュニティクレジットの仕組み



コミュニティクレジットのように、グループレンディングとツーステップローンというスタイルは、マイクロファイナンスやピアレンディングと類似しているが、テクニカルアシスタンス部分についてコミュニティが自ら行うこと、借入企業間で連帯保証は行わないこと、などが特徴である。コミュニティ自身に資金供給者となってもらうことで、コミュニティ自身が審査・モニタリングをし、互いのモラルハザードを防止している。金融機関からみれば、借入企業6社の業種が異なるため、投資分散が図られるし、ツーステップローンの形をとるため、リスクも低減される。

現在、地域の金融市場においては、金融機関と企業間の情報の非対称性が大きくなる傾向にあり、担保や公的機関の信用補完等に依存せずに、企業の信用実態に見合った資金調達を行うことは非常に困難である。そのため、地方部における預貸率は年々低下傾向にある。コミュニティクレジットやマイクロファイナンスといった金融スキームは、そうした情報の非対称性を克服し、地域自身が自らの資金を自分たちの信頼する仲間に環流しあうという自立的な手法と評価できよう。

3. ソーシャルバンクとコミュニティボンド

様々なコミュニティファイナンス手法をみてきたが、いずれも「地域の資金を地域に環流する」という発想に基づいて行われている。地域住民にとっては、自分達が住んでいる地域に積極的に投資がなされ産業振興や都市開発が実現し、地域における税収が向上し行政サービスが向上することは非常に好ましい。従って、地域に対して金融機関がより積極的に投資して欲しい、というのは住民の大部分にとっては当然の願いである。

しかしながら、必ずしも地域住民としての希望（＝地域に資金を環流して欲しい）と、預金者としての希望（＝利益を最大化し、預金利子の配当を増加して欲しい）が合致しない場合がある。金融機関とすれば利益の最大化が最優先されるため、低収益の地域の事業に融資するよりも、投資効率の高いプロジェクトを優先して資金投入するのは当然の行為である。また、一般の預金者の立場にたてば、収益を向上させより多くの利子を還元して欲しいと思うだろう。

こうした矛盾を解決する機関として、ソーシャルバンク（社会的銀行）と呼ばれる金融機関が存在する（表 3.1）。ソーシャルバンクとは、コミュニティ開発や環境保全など、公益的増大を目的とした事業に限定して融資を行う金融機関である。オランダのトリオドス銀行やイタリアの倫理銀行などが有名で、環境配慮プロジェクトなど、機関独自の倫理観に基づき投資先を限定し、そのプロジェクトに融資している銀行である。ブランチレス問題に苦しんでいる地域において、地域の小さなプロジェクトに対して積極的に融資を行うコミュニティバンクもこの一種である¹⁰。これら機関の金融的な持続可能性の担保は、資金調達コストの低さにつきる。つまり、投資家の中に、多少金利が安くても公益的な事業に対し融資を行う銀行に預金したいという人々を利用し、ソーシャルバンクは、通常の商業銀行よりも低いレートで彼らから預金を集める。調達コストが低いので利ざやを確保することができ、リスクの高い事業や低収益事業に対応できる運営となっている。

こうした銀行は、直接金融が中心との印象があるアメリカにおいても存在する。アメリカの州レベル以下の地域においては、商業銀行が直接融資を行わないような小さな企業や、コミュニティの再生に貢献するような事業にのみ特化して融資を行っている、いわゆるCDFIs（Community Development Financial Institutions）である。

¹⁰ コミュニティバンクについては French（2000）を参照のこと。

表 3.1 主なソーシャルバンク

機関名	国	目的/分野
Shorebank Corporation	U.S.A	地域経済
City First Bank of D.C.	U.S.A	地域経済
United Bank of Philadelphia	U.S.A	地域経済
Planet Bank	France	発展途上国
Triodos Bank	Netherlands	社会
Banca Etica	Italy	環境
JAK Bank	Sweden	環境
Grameen Bank	Bangladesh	農業、商業
CARD BANK	Philippine	農業、商業

シカゴ市のショアバンクやニューヨーク市のコミュニティキャピタルバンクなど、近年、アメリカの地域金融市場において CDFIs はそのプレゼンスを拡大している。CDFIs の事業規模は、数億円規模で日本の信用金庫よりもはるかに小さく、600 超の機関が存在している（コミュニティ振興の公共目的を持つ銀行や NPO 等で、財務省の下部機関である CDFI Fund によって認定されたものを指す）。基本的に彼らは収益の最大化を第一義の目的とせず、あまり儲からない事業でも、地域に貢献する事業であれば積極的に低利で融資を行っている。出資者や預金者に対する配当・利子は低いが、出資者は地域住民が中心であり、地域に資金がまわることをもって満足している。こういった CDFIs に対しては、大銀行が出資している。これは地域再投資法の影響が大きい。

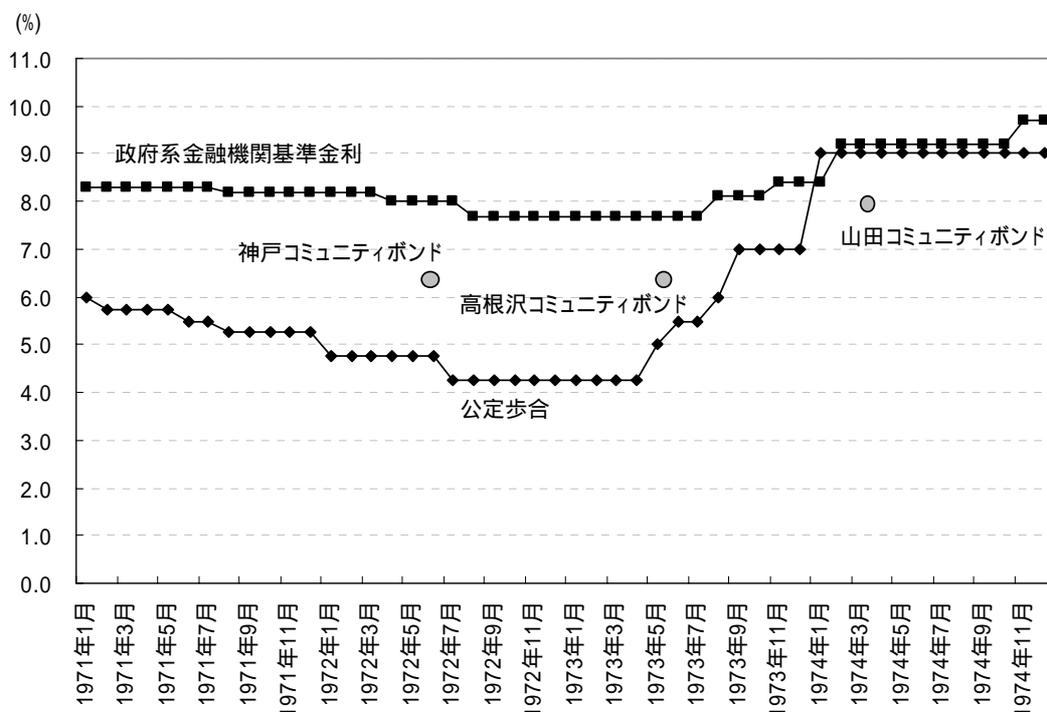
CDFIs の金融指標は概ね良好である。リスクが高いと思われる地域企業に対する融資をクレジットスコアリングで評価することなく、地域や顧客とのリレーションシップレンディングで対応している。また、簿記会計からコスト管理、販路開拓といったテクニカルアシスタンスを行うことで、様々な経営ノウハウを債務者に対して提供している。日本における NPO バンクとは異なるのは、彼らは小規模事業に対する融資においても物的担保をしっかりと確保しつつ、調達・運営コストを勘案した市場原理に即した金利を設定していることにある。

ソーシャルバンクや CDFIs においては、繰り返し述べているように、自分の資金の用途を自分の意志で決めたい預金者（＝投資家）の存在が重要な役割を果たしている。当然、こうした発想に基づく資金の流通方法は、日本においてもみられる。コミュニティボンド

である¹¹。コミュニティボンドとは、1970年に旧自治省が提唱した「モデルコミュニティ構想」の一環として制定された制度で、具体的には、市町村がコミュニティ施設を整備するために、特別に債券（いわゆるコミュニティボンド）を発行して資金を調達する仕組みである。発行は直接発行方式で、地方債計画上は縁故債に資金区分されていた。

コミュニティボンドの発行レートは当時の利子レートと比べ低く（図3.2）資金供給者は、自分の資金を自分の住んでいる地域に環流したい、という動機付けでもって、コミュニティボンドの購入に踏み切っていたことが窺える。いわば、CDFIsの債券版である。

図3.2 コミュニティボンドの発行利率



（資料）日本銀行「金融経済統計月報」などより作成

しかし、コミュニティボンドを発行した自治体は、わずか3つである（表3.2）。兵庫県神戸市における丸山地区コミュニティセンター整備用コミュニティボンド、栃木県高見沢町における太田地区コミュニティ体育館整備用コミュニティボンド、岩手県山根町における織笠地区コミュニティプール用コミュニティボンド、である。うち、証券を発行する方式をとったのは神戸市のみで、他の2つは証書借入の形をとっていた。当時、当該地域住民の約1～2割程度がコミュニティボンドを購入している。

¹¹ コミュニティボンドについては、地方債協会（1980）、高寄（1993）を参照のこと。

表 3.2 コミュニティボンド比較

発行自治体	兵庫県神戸市	栃木県高見沢市	岩手県山田町
発行額	3000万円	500万円	500万円
資金使途	丸山地区コミュニティセンター	太田地区コミュニティ体育館	織笠地区コミュニティプール
発行日	1972年5月30日	1973年5月12日	1974年3月
償還期間	5年	5年	5年
償還利率	6.50%	6.50%	8.00%
発行対象者	住民	太田地区コミュニティ運営委員会	織笠地区コミュニティ推進協議会
発行形態	証券発行	証書借入	証書借入
購入限度額	無し	20万円	50万円
支払方法	元金一括償還、利息年1回払	元利一括償還	元利一括償還
住民参加率	世帯単位で18.1%	-	人口単位で14.2%

(資料) 地方債協会(1980)、高寄(1993)などより作成

コミュニティボンドが、全く普及しなかった理由としては、(1)資金調達額が少額であることに比べて発行コスト(事務手続き、経費)負担が大きかったこと、(2)発行後、オイルショックが到来し、各地域の住民のボンド購入意欲が削がれたこと、(3)対象事業が、モデルコミュニティ構想のモデル事業として認められた施設に限定されていたこと、等が考えられる。コミュニティボンドは、2002年以降に各自治体が発行している住民参加型ミニ市場公募債の基になったとが、住民参加型ミニ市場公募債の場合、対象事業がインフラ整備事業中心となっており、コミュニティボンドと比べ発行額も桁違いに大きい。むしろ、現在NPOが自らの事業展開のために私募債を発行し、趣旨に賛同する人々から資金を調達している事例があるが、そちらのほうがコミュニティボンドの概念に近い。

そのほか、横浜スタジアム建設の際に市民に株式を購入してもらう代わりに特別席の無料優先利用権を与えるなどの事例や、風力発電によるエネルギーを推進したい人々が通常の価格に上乗せして料金を支払い、その上乗せ分でファンドを組成し風力発電事業に投資するなどの試みがある。

いずれも、投資に対するリターンが少なくとも、地域の事業を支援したい、地域に自分の資金を環流したい、という人々の意識を活用して、資金を集める手法である。この場合の配当は、円以外のもの、例えば価値観、名誉などで代替されるので、SRI商品を購入する人々の動機と類似している。自分達の資金がどのような分野に投資/融資されているのかということについて人々の意識が高まってきた顕れであろう。

4 . 地域通貨の機能

コミュニティファイナンスとは、「地域でお金をまわす」ための工夫である。これは、地域通貨と共通の発想であり、その出発点も同根である。地域通貨はコミュニティファイナンスと異なり、円などの法定通貨を直接まわすものではないか。しかし、地域通貨の持つ機能を上手く利用することで、既存のコミュニティファイナンス手法をより発展させることが可能となる。

そもそも地域通貨の機能は「媒介・評価」、「価値観付与」および「循環促進」がある。「媒介・評価」機能というのは、非市場分野における活動の評価尺度となることである。地域通貨は、円では評価することができないボランティア活動への代価として使用できたり、感謝や貸し借りといった価値観も価格に含むことができる。円の世界では儲からないと評価がされず、排除されてしまうような活動も、地域通貨であれば評価が可能だ。この機能を利用すれば、経済市場において価値の無い不稼働資産や非営利事業を、地域通貨で再評価し、その評価額を財源に地域通貨を発行して地域に資金をまわすことができよう。

例えば、ある旅館のケースを考えてみたい。稼働率が低下するオフシーズンには、キャッシュインが少なくなるため、パートタイマーに対し円で賃金を支払う余裕がなくなる一方で、旅館には全く稼働しない部屋が増加して来る。しかし、賃金の代わりに、部屋利用権をパートタイマーに対し、現物支給することは非現実的である。しかし、不稼働部屋の価値は円では0円であるけれども、たとえば地域通貨の世界では1000地域通貨と評価できるかもしれない。1000地域通貨分の地域通貨を旅館が発行することで、バーチャルマネーとしての地域通貨でもってパートタイマーに対し賃金を支払う。ここで、事前に旅館が地域の飲食店などと地域通貨の受け入れ協定を締結していれば（地域通貨システムが地域にできあがっていれば）パートタイマーは受け取った地域通貨を地域の飲食店で使用することができる。この時点で、地域通貨は流動性に著しく欠けるかもしれないが、ほぼ円と同様の価値を持つこととなる。パートタイマーにとっては、不稼働部屋に宿泊するよりも、より使用範囲が広い地域通貨で受け取ったほうが好都合である。地域通貨を受け取った旅館は、同じ地域システムに参加しているメンバーのサービス購入権を保持できるので、円で支払わなければならない経費を節減できる。このように地域通貨の仕組みを取り入れると、旅館にとって0円であった不稼働部屋が価値を持つ。これは、地域通貨が、市場経済の世界では価値の無いものを再評価することができる機能を持っているため、低稼働の

公共施設や企業の遊休施設などの利用権にも応用できる可能性もある。

さらには、仲間意識といったものも価値として再評価し、それを担保に地域通貨を発行し、疑似通貨を事業にまわすことも可能となる。イギリスの地域通貨 LETS(Local Exchange Trading Systems) では、資本不足の起業家が開業する際に、地域通貨の支払いで仲間に市場調査やホームページ設立を手伝ってもらったりしている事例がある¹²。

2つめの機能の「価値観付与」であるが、例えば、アメリカの地域通貨イサカアワーでは、有機野菜や根がついている再生可能なクリスマスツリーなどの環境配慮型商品を購入することに特化して使用されており¹³、この地域通貨を使用することで自らの価値観を周囲に示すことができる。またカナダの地域通貨トロントダラーは、トロントダラーを受け入れてくれる店舗であればドル同様の価値をもって使用できるが、ただし、ドルと交換する際にドルの10%が自動的にコミュニティ基金に寄付される仕組みになっている¹⁴。その基金からは、まちづくり活動など地域の事業に投資されるので、まちづくり活動に貢献したい者は、トロントダラーを積極的に使うことで、自動的に自らの価値観の実現に貢献することができる。お金に価値観が付与されるのである。

このような手法は、先述のCRMに類似しているが、CRMはある特定商品の購入の際にしか自分の価値観を満足する事業に寄付をすることができないのに対し、地域通貨の仕組みを利用すれば、地域通貨を受け入れてくれる店舗の商品であればどの商品でも購入するたびに、一定の法定通貨が寄付できるのでより受け入れられやすい。通常の経済活動のなかで地域貢献が可能となる。

地域通貨を受け入れ、寄付相当分の法定通貨を負担する商店にとっても、寄付を積極的に行うような富裕層を顧客として取り込むことができる「ロック・イン効果」が期待できる。つまり、市場的活動と非市場的活動がWIN - WINの関係が実現されるのである。

3つめの「循環促進」機能は、流通が参加者間を限定し、資本を外部に流出させないというものである。地域に強制的に資金が環流することになるので、江戸時代の藩札から世界恐慌時のゲゼルの減価貨幣まで、この機能を活用している地域通貨はたくさんある。しかし、地域通貨自体を円の代替手段として活用し、地域にお金をまわそうという試みは、貨幣の供給量が絶対的に足りない場合には効果的であろうが、金融緩和が続く現状ではそ

¹² 日本政策投資銀行(2000)

¹³ Boyle(1999)

の効果に疑問が残る。また、財政赤字ファイナンスの手段として地域通貨を考えた場合も、地域で発行量をコントロールすることが難しく、信用性担保の問題が残る。むしろ、地域通貨そのものの利用よりも、地域通貨的仕組みを導入した債券の発行や、円の流通を手助けするような地域通貨の発行のほうが、現実的に簡単ではないだろうか。

¹⁴ Toronto Dollar Community Projects Inc (<http://www.torontodollar.com>)

5 . 地域通貨のコミュニティファイナンスへの応用

円が主体であるコミュニティファイナンスの分野に、地域通貨の持つ機能を上手く導入することで、地域に資金を環流させることをより促進できるであろう。地域通貨は、信頼や寄付感覚を数量化できるツールである。従って、儲けを第一とせずとも地域に貢献できるだけである程度満足するという投資家に対して、リターンの一部を地域通貨で支払うことは充分考えられる。また、マイクロファイナンスを実行する際のテクニカルアシスタンスに対するフィーを地域通貨で支払うようにしても良い。円の世界からみれば、地域通貨の価値見合い分が実質低利となり、事業の資金繰りが改善することとなる。

一方で、地域通貨の配当原資は、地域に存在する不稼働資産を地域通貨で評価することで捻出できる。テクニカルアシスタンスを行う機関自身が地域通貨を発行したり、発行した地域通貨を地域の企業が受け取るようにすれば、付随して円も地域に環流することになり、地域経済の活性化にも資する。

なお、コミュニティファイナンスを実現させるには、いくつかの条件を解決しなければならない。1つは、借手と貸手のマッチングをどのように行うか、ということ。もう1つは地域に存在する「信頼」や「評判」をいかにして金融技術に置き換えていくか、ということである。その点、地域通貨は、媒介・評価機能を有しておりネットワークを構築することには非常に適している。加えて、参加者間の信頼に基づく貨幣であり、信頼を評価する尺度にもなり、信頼を金融技術に組み込むこともできよう。

いずれにせよ地域通貨は万能な解決手段ではないし、発行に伴う法律や会計の問題も解決されていない部分が多い。実際の導入にあたっては円との兌換比率や支払い条件等、検討課題も残っている。しかし、昨今の市場化の促進による金融機能の中央集約化が進む中で、地域がおきざりにされないためにも、やはり地域にはその経済の核となるべき金融機能が存在し、上手く資金循環をつくりだす必要がある。地域の総合力を高めるべく、地域通貨を活用し、コミュニティファイナンスを地域に導入することは1つの解決手法となり得る。

市場経済の中で人々の信頼や価値観が具現化できるツールとして、コミュニティファイナンス分野における地域通貨の機能に期待したい。

【担当：齊藤成人】

参考事例：カナダトロント市 トロントダラー

現在、日本各地の商店街において、販促ツールとして地域通貨を導入しようという動きが多くみられる。ここでは商店街活性化ツールとして地域通貨システムを導入したカナダ・トロント市のプロジェクト「トロントダラープロジェクト」を先進事例を紹介したい。

(1) トロントダラープロジェクトについて

トロントダラープロジェクト(Toronto Dollar Project)は、カナダ・トロント市内のセントローレンス市場(St. Lawrence Market)において行われている地域通貨流通サービスの総称である。同市場を中心としたコミュニティにおける社会貢献活動、まちづくり活動の促進を目的に、地元有力者が Toronto Dollar Community Project 社を組成、1998 年より同サービスを開始したのが嚆矢である。

トロントダラープロジェクトの活動は、多くの住民ボランティアによって担われている。活動は Kogawa 氏(オタワ大客員教授)をはじめとするセントローレンス市場周辺に住居をかまえる Japanese - Canadian コミュニティが中心となっている。そもそもは、彼らや市当局等との間で、1997 年頃よりセントローレンス市場付近の活性化策が話し合われ、カナダの地域通貨 LETS、アメリカの Ithaca Hour などを参考に調査を重ねた結果が、1998 年 12 月より地域通貨サービスの開始につながったものである。同地区では既にまちづくり組織である BIDs が組織されていたことも、こうしたプロジェクトの素地があったのであろう。

トロントダラーは、紙幣のみを発行する地域通貨である。紙幣は、カナダドルの印刷会社でもある The Canadian Bank Note Company によって刷られている。非常に精巧な造りであり偽造は困難、相当コストがかかったものである。プロジェクトのイニシャルコスト(相当額)の大半は、Kogawa 氏等創設メンバーの寄付によってまかなわれている。オペレーティングコストは、準備基金の運用益、個人からの寄付などでまかなわれているが、日々の活動は相当程度のボランティア活動によって担われている。

紙幣使用可能期間があり、期限は紙幣に表示されている。ただし、期限がくる前に、新しく発行されたトロントダラーとの旧紙幣の交換は可能である。トロントダラーによる取引は、当然全て課税対象である。

寄付の対象については、セントローレンス市場付近のコミュニティに限定してはいない。例えば、2002 年にはホームレスを助けるコミュニティ団体に寄付したが、この団体の活動は地域に限定したものではない。セントローレンス市場には、コミュニティ外から来る人

がたくさんいる(全体の 60%)というのが理由である。

(2) トロントダラープロジェクトの仕組み

トロントダラーの仕組みは下記のとおりである。

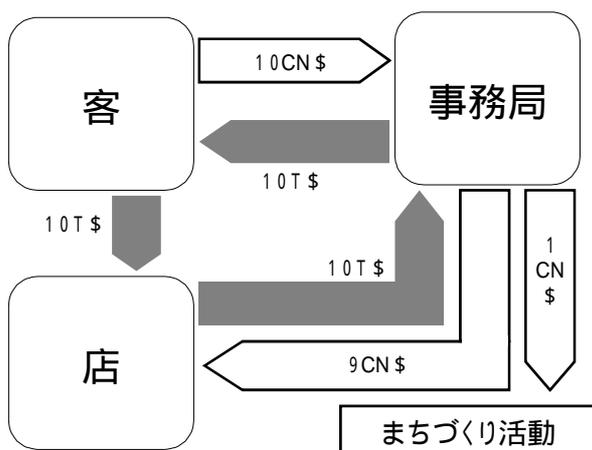
消費者がカナダドルとトロントダラーを兌換する。この時の兌換比率はカナダドル(CN\$):トロントドル(T\$)=100:100 となり、受け取ったトロントダラーは額面通りの価値を有する。なお、ここで兌換されたカナダドルは、Toronto Dollar Community Project 社が管理する準備基金(Toronto Dollar Reserve Trust Fund)にプールされる。

トロントダラーは、セントローレンス市場を中心とした、トロントダラーの受入契約を締結している店舗(約 200 店舗、店舗入口にサインが表示されている)にて使用可能。店舗によっては、使用上限を設けているところもある(例:1回 10 トロントダラーを上限)。事業者(店舗)側が受け取ったトロントダラーは、Toronto Dollar Community Project 社に持ち込まれ(経由:商店 セントローレンス市場事務局)、カナダドルと再び兌換される。

この時の兌換比率は CN\$:T\$=90:100 となるので、使用額の 10%については、Toronto Dollar Projects Fund に積み上がる。この 10%分がコミュニティ団体を手助けするための寄付にまわる。

(注) 事業者がトロントダラーに参加するには申込書に必要事項を記入し、事務局に申し込めば良い。ただし、25 カナダドルの参加料が必要である。

図 トロントダラーの仕組み



(出所) 尼崎南部再生研究室(2004)

トロントダラーとカナダドルとの兌換については、マーケット内のトロントダラーインフォメーションブース(毎週土曜日)、マーケット入口に設置されている ATM(Polish Credit Union)による購入(VISA カード使用)、特許銀行(CIBC、Royal Bank)支店(銀行営業日)その他協力店舗(Frida Craft Store ほか)で可能である。

(3) トロントダラーの規模

2003 年末段階での発行総額は、1988 年の開始以来、約 600,000 トロントドル(約 50 百万円)。2002 年度の実発行額は約 120,000 トロントドル(約 10 百万円)である。これら紙幣の使用が全て 1 回きりとすれば、総使用額の 10%にあたる 12,000 ドル(1 百万円)が寄付にまわっていることとなる。実際、これまでも 35,000 ドル以上の寄付を行ってきた実績がある。

こうした数字は発行額ベースであり、正確な総流通額は不明である。セントローレンス市場の事務局がカナダドルへの兌換の際に補則した金額は 90,000 トロントドル(2002 年度)であった(セントローレンス市場事務局へのヒアリングによる)。

トロントダラーを使用できる店舗は約 200 店舗(そのうちセントローレンスマーケットに入居している店舗は 57 店舗)。レストランから土産物、海産物店までいろいろあるが、積極的に受け入れている店舗はそう多くはない。実際にトロントダラーを使用してみたレストランオーナーにトロントダラーの使用率をヒアリングしてみると、「そう多くはなく、全売上の 1%程度」とのことである。ただし、いずれのレストランオーナーはトロントダラープロジェクトの意義については非常に肯定的である。

まだ計画段階ではあるものの、現在、トロント＝ドミニオン銀行と協働し、ICチップ等を用いたトロントダラーチャージカードを発行することを企画している。この企画が実現されれば、さらに流通範囲が拡大する可能性がある。その他の金融機関もトロントダラープロジェクトを支援しており、ロイヤル銀行がトロントダラーとの兌換業務を引き受けていたり、また、トロントダラーを引き出せる ATM を地元クレジットユニオンである St. Casimir Polish Credit Union がセントローレンス市場入口に設置するなどしている。金融機関がトロントダラーを支援する理由については、「地域への貢献、社会的使命からの理由によるものと理解している」との事務局の見解である。

(4) セントローレンス市場について

セントローレンス市場(トロントダラーが使用されているのは South Market)は、トロント市内ダウンタウン中心地に位置するマーケットモールである。その歴史は古く、19 世紀

にシティホールとして使用されていた建物が、20世紀初頭より市場となり、1970年代に大規模改修されたものがそのまま市場として使用されている。

建物は地下1階から4階までで、約60店舗が入居している(賃料は固定+変動)。

運営は、トロント市営であり、事務局スタッフも全て市役所職員である。マーケットは観光地であり、主な顧客はコミュニティの外からの来訪者である(約60%)。取り扱っている商品は、農産物から海産物、土産物、酒類まで様々であり、レストラン、ギャラリー等まで完備している。

昨今、郊外型大型店舗との競合が激化していること、駐車場不足により外部からの来訪が困難になりつつあること、等から、顧客ターゲットをコミュニティの住人に移すことを考えている(事実、周辺地域には高級高層マンションが連立)。

セントローレンス市場の優位性は、「リレーションシップ」であり、トロントダラープロジェクトなどを通じて、コミュニティを市場に取り込んでいく(combine)ことにより、顧客をロックインしている。トロントダラープロジェクト以外にも様々なコミュニティ活動を行っており、例えば、学校に絵本を寄付したり等もしている。従って、トロントダラープロジェクトが唯一のコミュニティサポートツールというわけではない。マーケット全体におけるトロントダラーの使用率は、店における全体の売上の1%にも満たない。

こうしたコミュニティとのリレーションシップに注力するという戦略により、2003年のセントローレンスマーケットの全体の売上高は昨年に比べ、10.8%増加した。

参考文献

- 尼崎南部再生研究室(2004)、「つぐらないまちづくり」、『南部再生』、vol.13
- 齊藤成人(2003)、「地域通貨の意義とコミュニティファイナンスへの応用可能性」、『農業と経済』、2003年5月臨時増刊号、昭和堂。
- 財団法人社会経済生産性本部(2002)、「デフレなど日本経済の苦境脱出に地域通貨(エコマネー)を!」、『経済活性化特別委員会報告書』、JS2002-NO.01、財団法人社会経済生産性本部。
- 高寄昇三(1993)、『宮崎神戸市政の研究』、第3巻、財団法人神戸都市問題研究所。
- 財団法人地方債協会(1980)、『地方債の住民消化のあり方』、財団法人地方債協会。
- 日本政策投資銀行(2000)、『英国地域通貨 LETS 概要』、日本政策投資銀行。
- 日本政策投資銀行 NPO のマネジメントに関する研究会(2001)、『NPO の資金調達と金融機関の役割』、日本政策投資銀行。
- 野間敏克(2000)、「ビッグバン後の地域金融」、『神戸商科大学創立七十周年記念論文集』、神戸商科大学。
- 藤森朝詩(2002)「地域社会の信用を担保にしたノンリコースローン」、『金融財政事情』、2002年1月21日号、(社)金融財政事情研究会。
- 前田正尚(2002)、「地域通貨 コミュニティ・ファイナンスとの連携を探る」、『季刊未来経営』、2002-秋号、フジタ未来経営研究所。
- Adkins, Sue(1999), "Cause Related Marketing - who care wins -", Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- Boyle, David(1999), "Funny Money", Harper Collins Publishers.
- Dymskim Gary and Gerald Eqstein and Robert Pollin(1993), "Transforming the U.S. Financial System: Equity and Efficiency for the 21st Century", M. E. Sharpe, Inc. 原田善教監訳(2001)、『アメリカ金融システムの転換』、日本経済評論社。
- French Derek(2000), "The Case for Community Banking", New Economics Foundation.
- Lowry, Rithchie(1991) "Good Money: a guide to profitable social investing in the '90s ", W. W. Norton & Company. Ltd.

地域通貨とコミュニティファイナンス

平成16年3月 印刷

大阪市北区堂島浜1-2-6 新ダイビル
日本政策投資銀行 関西支店企画調査課
電話 06-6345-6629
FAX 06-6345-6541
<http://www.dbj.go.jp>