

男2人と女1人による三角関係のストーリー。といっても、ラブストーリーではないのだが…。背が高く、豪快に笑うジュンヤはスポーツ・ショップのスタッフ。ウインタースポーツのシーズンに心ときめかせている、根っからのスポーツマンだ。そんなある日、ジュンヤは行き着けの一風変わった居酒屋にいた。「マサル、もう少し待ってろよ！ 今年もスノボ、教えてやるからなー。がははっ。そのかわり、な、わかってるよな。がははっ」。マサルが経営するこの居酒屋は、客の9割が常連で、ジュンヤとマサルのやりとりが何を意味しているのか、手に取るようにわかっている様子。つまりこういうことだ。マサルへのスノボ講習1回につき、ジュンヤの飲み代1回がチャラ。ジュンヤは毎年、そうやって彼女に贈るクリスマスプレゼント代をストックするのだ。「オッケーでーす。ところで、メリークリスマスのメリーっ

てなんだ?」とマサル。「ベリーみたいなもんだベリー」とジュンヤがオヤジに退化。そんな調子で延々と続く2人の酔っ払いトークだが、カウンターで1人、このやり取りにひらめいてしまった女がいた。エミコは中学までアメリカで過ごした帰国子女で、現在は小さいながらも自ら英会話学校を経営している。「ねえ、2人のベリー酔っ払いさーん。英語、話せたらいいなーとか思わない?」。「そりゃ、思うベリー」。「オレもだベリー」。エミコが思い描いた通りの展開。「私、タダで教えてあげてもいいよ。そのかわり、ね、わかってるよな。がははっ」。三角関係成立の間である。ジュンヤはマサルとエミコにスノボを教え、マサルはジュンヤとエミコにただ酒飲ませ、エミコはジュンヤとマサルにイングリッシュをティーチング!

スノボ講習も、飲食も、英会話学校も、本来

すべてサイフからお金なくなるサービスなのに、このトライアングルの中ではお金がなくなる。それぞれの能力をそれぞれに提供することで、お金は動かなくなるのだ。当り前の話といえそうだけど、何やら素敵な感じ。お金が動かなくなることに加え、おたがいの存在価値を仲間同士で認め合っている快感があるからだろう。経済レベルと精神レベルの両方を満たす“ギブ・アンド・テイク”がそこには存在するのだ。でもちょっと待った! 3人が同じ回数のサービスをそれぞれに提供するとして、果たして経済的に等価なんだろうか? つまり、サービス1回における価格って、それぞれ違うんじゃない? そこは友情ってことでオッケーとするなら、この話はこれ以上発展しない。

が、ここで今度はユウがひらめいた。ユウは寡黙なおかしなベリなのか、とにかく気の向く

NEW COMMUNITY MAKES NEW LIFE | EXTRA CASE

What's the COMMUNITY CURRENCY ???

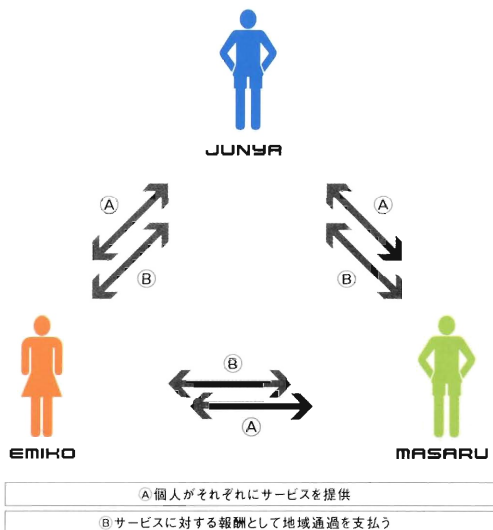
お金? お金じゃない? コミュニティ・カレンシー (地域通貨) が流通する世界
Text: Masashi Osaka

まの男だ。これまではずっとPCに向かって自身のウェブサイトを黙々とアップデートしていた(そう、ここはインターネット居酒屋)。もちろん3人のやりとりを聞きながら。そして、ヒラメキとともにおしゃべりモードに突入。「あのさ、チケット作ったらいいんじゃない? チケットというか、おもちゃのお札みたいな。100ベリーとか1,000ベリーとかあってさ」。ユウ、何を言いたんだ? トライアングルが顔をしかめる…。

とりあえず、もう少しユウの話に耳を傾けてみよう。「だって、例えばここの飲み代がいつも3,000円くらいだとして、エミコの1レッスンが5,000円だとしたら、同数のやりとりだとエミコは明らかに損じゃん」。それには納得の3人。話は続く。「で、じゃあバランスを合わせようって、やってくるうちに何だかわかんなくなってきそうで

しょ? しかも、ここの飲み代だっていつも一定なわけじゃないし」。これにも納得。「だから、おもちゃのお札でやりとりするんだよ。勝手に自分たちで発行して。とりあえず初めに1人10,000ベリーずつ持ってさ。それでそれぞれのサービスに対して支払いをするわけ」。ジュンヤが口を開いた。「それって、所持金がゼロになっちゃったらどーすんの?」。ユウがラムコークで口を潤してから答える。「って、キミたちがやりたいのは、3人とも同じくらいにサービスを提供することじゃ? それって、皆いつも10,000ベリー辺りをキープするってことじゃん。ゼロになることを考えるなんてナンセンスというか、日本円的な考え方なんじゃない?」。「日本円って、どういうこと?」とエミコが尋ねる。「日本円って、一度支払ったらどっか遠くに行っちゃうじゃん。

だからゼロになるって発想が自ずと浮かんでくるってこと。でも、このお札は君たちの中だけで回るんだよ。それだったら、自分たちでコントロールできるじゃん。っていうか、オレも入れてくれない? とりあえずさ、マサル、この店のホームページ作ってあげるよ。10,000ベリーで」。「えっ? じゃあオレは一気にゼロじゃん!」と不安な表情のマサル。「大丈夫だよ。オレ、いつもここ来るんだし。ね、ベリーで払うからさ」。狐につままれたような、ベリーグッドなような…。とりあえず3人は、そしてほかの常連たちまでも、頭の中で「ベリー」と「円」の違いを考え始めるしかなくなっていた。疑問符は大量発生するばかり、何か面白そうな予感とともに。



実のところ、この特集はここから本番と言っても過言ではない。特集の始めに「新しいコミュニティ・システムを展開したい」という旨を書いたが、まさにそれが「地域通貨」である。地域通貨は、決して新しい概念ではない。19世紀にはヨーロッパで開発されており、その歴史は意外に長いのだ。そして現在、世界3000地域で運用されているリアルなものだ。日本でもいくつかの地域で根付きつつあり、メディア露出も徐々に増えてきている。今後、メインストリームに登る可能性が十分に高いピクソといえるだろう。上記ストーリーは、その基本的な性質を紹介するために用意したもので、それを図式化したのが右図である。あくまでも基本的概念であって、「これが地域通貨だ!」というものではない。地域通貨のデザインパターンは、それを運用するコミュニティの性質や規模によって、無限に存在するのだ。ということ。次ページでは、少し進化した世界のストーリーを描いてみよう。

STORY of CC WORLD | Part2

「こんなところにカフェができる! なかなかオシャレな感じじゃん」。ケースケは週末の昼下がりにカフェで過ごすひとときを愛している。今日は、街の中の大型書店で買ったばかりの本をバッグに忍ばせて、西方面に足を伸ばした。5ブロックほどの、散歩には適度な距離である。実のところ別のカフェを目指していたのだが、新しいモノに目がないケースケは、迷わず“なかなかオシャレな”カフェに足を踏み入れた。しばし店内を観察するケースケ。そして、「ここに良かった」という満足気な表情で、メニューに目をやった。

Brend Coffee...500yen(500cc)

初めて来た店のメニューはいちばん上から眺めるのが人間というもの。ケースケも例外ではない。最上段には、これも多くのカフェでお決まりのブレンドコーヒーの文字が。そして視線を右にスライドすると…。“このカッコ書きって何!?”と心の中で感嘆符と疑問符を同時に打つケースケ。“まさか1杯500ccも入ってるの!? それってアメリカ人もビックリだろ”。ケースケの視線はすでにメニューから離れ、店員を探していた。“とにかく頼んでみよう”。「ブレンドください」。そう告げてバッグから本を取り出した。

数分後、ケースケと同世代の女性が、スマートにコーヒーを持ってきた。ぶっきらぼうな感じでもなく、Mバーガーみたいにアホ丁寧でもなく、適度な感じ。そんな彼女が持ってきたのは、こ

れまた適度な感じのコーヒーだった。“って、フツーかよ!”と心の中でツツコミ、「すみません、この500ccってどういう意味なんですか?」とジェントルに尋ねてみた。

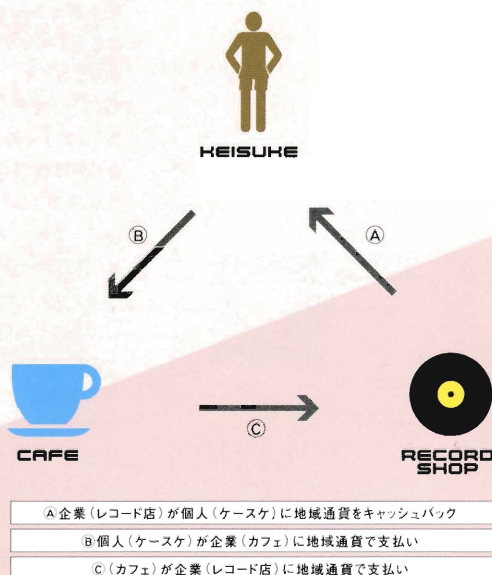
「うちの店、SCCAの加盟店なんですよ」という答えが返ってきた。もっと説明してほしい場合は、白目の面積を広げればよい。「えーと、SCCAというのは、サッポロ・コミュニティ・カレンシー・アソシエーションの略で、最近やっと本格始動したプロジェクトなんですよ。コミュニティ・カレンシーってのは、日本語でいうと地域通貨っていう意味で。簡単に言えば、加盟店の中だけで使えるお金みたいなものですかね。だから、ブレンドコーヒーだったら、500円でもいいし、500ccでもオッケーですし」。そして、メニューのピザトーストのところを指差した。

Pizza Toast...500yen(300yen+200cc)

「ピザトーストの場合は、500円はブレンドコーヒーと同じなんですけど、CCは200ccまでしか受け付けられないってことで、300円と200ccで合わせて会計していただいています」。ケースケはなかなか飲み込みの早い男である。「じゃあ、僕がそのCCってのを持っていれば、ブレンドコーヒーとピザトーストを300円で楽しめるってことですよ? それってスゴイですね」。「スゴイですよ」。「でも、CCってどうすれば、その、手に入るっていうか…」。「あー、ちょっと待っててくだ

さいね」。そう言って、店員はマガジンラックの辺りからパンフレットを持ってきた。“Join in SCCA !!”と銘打ったパンフレットの裏表紙には、“SCCA加盟店”が載っている。まだ10店ほどだが、洋服屋、雑貨屋、レコード屋、本屋、美容室などが並んでいる。ケースケがよく行く店もあるではないか! 店員の説明が再び始まった。「お店によって違うんですけど、例えばここだったら…」とレコード屋を差し、「3%のキャッシュバックをやってるんですよ。だから、3,000円のCDを買ったら90円、じゃなくて90ccのキャッシュバックですね。ですから…」。説明を続けようとする店員を遮ってケースケが口を開く。「なるほどー、加盟店の中でならどこでも使えるクーポン券みたいな感じですか?」。「スルどイ! そうです、それをそのまま言おうと思ってました(笑)。でもクーポン券って使い切りじゃないですか。CCは使い回しできるんです。例えば、うちの店はお客さんが支払われたCCで、さっきのレコード屋さんからCDを買ったりしてるんですよ。もちろん全額CCっていうわけにはいきませんがね。うちのピザトーストとかと一緒にです」。「ふーん、CCか。面白いですねー。でも、いちいち知らない人に説明するのが大変そうですね」。「でも、“コミュニティ”っていうくらいですから、コミュニケーションが大切ですからね」。「たしかにそうですね」などと言いながら、ケースケはちょっと後悔していた。“テーブルの上にある本、買う店間違っちゃったなー”と。

いかがだろうか? 前ページのジュンヤたちの話が個人レベルだとすれば、こちらは商業レベルにまで進歩したストーリーである。法定通貨(円)とのコンビネーションが、地域通貨に多くの可能性をもたらすことがわかりいただけたと思う。地域通貨がクーポン券やポイントカードと異なるのは、コミュニティ内であればどこでも使えるということに加え、それが循環するということだ。地域通貨の循環がスムーズなコミュニティは、間違いなくハッピーになれる。そして、循環をスムーズにするためには、各ショップが魅力的な商品やサービスを提供することも去ることながら、コミュニティ自体が魅力的なフェロモンを発しなければならぬ。地域通貨は単なる貨幣単位ではなく、メッセージ(意志)を伝達するメディアとしても流通するからだ。その辺りも含めて、次ページ以降では、地域通貨のスペシャリストともいえる北大助教授の西部忠さんのお話、そしてタイガーが提案するプロジェクトのラフプランを紹介しよう。





INTERVIEW
with
MAKOTO NISHIBE

「お金であってお金じゃない、 二重性を持ったメディアの正体」

前ページまでで、地域通貨に関するベースラインをつかんでもらえただろうか。ここでは、「日本ではこの人！」と言われるほど地域通貨に造詣が深い、北海道大学経済学部の西部忠助教授とともに、もう少し踏み入ったところまで話を進めてみたい。決して魔法の通貨ではない、明らかにリアリティを持った、そして何よりとても時代にマッチしたメディアの正体に迫る。

—まず、「地域通貨」とは一体何なの？ というところから入りたいなど。というのは、まったく初めて聞く言葉だっていう人が多いと思うんですね。

西部：そうですね。地域通貨に関しては「お金ですか？ それとお金じゃないんですか？」という質問が多いんですよ。それにはいろんな答え方があって、人によってスタンスが違うんですね。で、お金じゃないっていう考え方の人も多いです。なぜなら、普通のお金では買えない物やサービスを流通させる、あるいは交換させるのが地域通貨だろうと。具体的には、ボランティアとか、あるいは福祉介護サービスみたいな。そういう意味で「お金じゃないんだ、ボランティアのための一種の媒介物だよ」という話をする人もいるし、僕はそういう面もあると言ってるわけですね。もう一方で「お金だよ」という人もいますよ。だから僕は「地域通貨ってお金ですか？」と聞かれたときに、「お金であってお金じゃない、二重性を持ったメディア」だと答えていますけど、そこがちょっとね、わかりにくいところだと思うんですけど。でも、逆に言うとその二重性があるから面白い。普通のお金は経済的な価値を表わすっていうのは、はっきりしているじゃないですか。そういう意味では、人間関係というか、コミュニティとの、あるいは個人との関係みたいなものを表わす余地はあまりなくて、やっぱり経済的な価値をはっきりとさせるものだと思うんですね。で、地域通貨は、一方ではお金のようにも使える。つまり一般のマーケットで取り引きされるような物も扱えるんです。ただし、普通のお金と違うところもいっぱいあって、1つは利子がつかないということです。マイナスを持ってても利子は払わなくていいですよ。もう1つは、一定の地域なりコミュニティの中だけで通用するお金だと。円とかドルは世界中どこに行っても通用する、そういう意味でグローバルマネーですけど、地域通貨はローカルマネーであると。ある一定の地域、もしくはある一定のコミュニティの中だけで成り立つ。もう1つは、お金と言っても、ため込まれないでどんどん使われるためのお金だと。しかも、その地域から外に出て行かないので、地域を元気にする、おたがいの関係をより確かなものにするお金ということですね。だから、地域通貨が持っている特性にはいろんな面があるんです。メッセージを伝えるっていう側面もあるんですよ。つまり、どのお金も今は無色透明で同じ、円とドルだって単位が違うだけで、為替相場で単に交換されるものに過ぎないわけですけど、地域通貨というのはメッセージ性を持っていて、どういったコミュニティの中で使われるお金なのかということによって特性が出てきます。アーティストが使いたいものなのか、エコロジーという観点から使うお金なのか、あるいは村おこし・町おこしという観点

なのか。そのコミュニティの中の人と人をつなぐような側面ですね。だから、経済的な側面と、そうじゃない文化的価値の側面、その両方があるんで、貨幣であると同時に貨幣じゃない、そういう性質を持った面白いメディアじゃないかと。

—今、北海道で展開されている地域通貨のコミュニティは、どのくらいあるんですか？

西部：世界全体で3000くらいあると言われていて、日本の中では1年前は50と言ってたんですけど、今は100くらいに増えたと思います。北海道の中でも10くらいあるんじゃないかと思っています。

—10個すべてに関わられているわけではないんですね？

西部：そうですね。でも、大体は知っていますよ。栗山町の「クリン」、苫小牧の「ガル」、下川町では「フォーレ」、富良野は「ヘソ」とか「フランフラン」という名前です。あと、黒松内町は「ブナ〜ン」とか。札幌の中にも2〜3ありますしね。それぞれに特徴があって、ガルは有機農法の農家の方を中心にして行われているものだし、クリンは町レベルでバックアップしながら介護とか福祉とかを主体にやっています。下川町はどっちかという町おこしを考えているんですが、森林事業を共同組合でやっていて、そういうものも将来的には組み込んでいきたいなど。だから北海道の中だけを見ても、目的や性格が多種多様ですね。

—西部さんが、「町おこし的なものもいいけど、都市部でやると面白いんじゃないか」と言われてたのを何かで読んだんですが、それにはどういった理由があるんでしょうか。

西部：地方部における町おこし・村おこしというのは、都市部とは話が違ってくると思うですよ。まあ、都市の中でも商店街の活性化というのもあるんですけど、それだけじゃなくて、とくに都市の中で面白いと思えるのは、貨幣ではない部分ですね。今、個人と個人がバラバラになっているとよく言われていますが、都市部は非常にそういう傾向が強いですよ。で、コミュニティ指向みたいなことはたしかに言われますが、それを実現するツールというかメディアみたいなものは、なかなかない。1つあるのは、インターネット上のね、メーリングリストであるとか、そういうものがその役割を果たしているとは思いますが、それよりももう少し経済的な関係にまで踏み込めるツールがあれば変わってくるのかなと。で、この数年盛んになっているのは、1つはケータイなんですけど、もう1つはフリマではないかと。そう

SAPPORO CREATIVE CITY PROJECT

アーティストやクリエイターが、街や市民と積極的にコミットしあう未来を目指して。

これから描くビジョンはあくまでも原案である。プロジェクト名だって仮である。これからさまざまなアイデアが加えられて、軌道修正されていくことだろう。そして、それはアナタの手によってかもしれない。このコミュニティは、誰でも参加できるものだから。

それでは早速。日本という国はアーティストに対する評価が非常に低いと言われている。おそらく興味を持ちづらい環境が根付いてしまったからだろう。例えば、アートと呼ばれるものは美術館という名の牢獄に行かなければ見ることができないような雰囲気だとか。本来アートは、街という自由空間（屋外に限らず）のそこいらに転がっていて、通りかかる人々の目を楽しませ、時には立ち止まらせ、豊かな気分を喚起させてくれるものはずだ。例えば、住宅街のある家の窓に花が飾られていたら、何か嬉しくなる感じだとか。ならば、僕は、アートの脱獄を手助けしよう。そして、ずうずうしくも恩返しを期待しよう。窓際に飾る花の新しい花瓶をそのアーティストに作ってもらうことを待ち望もう。

……これまで、このような思いは幾多のプロジェクトで実現されようとしてきただろう。そう、何も新しい発想ではない。が、幻想のまま終わってきたこともまた事実。今度は僕らがチャレンジしてみようと思う。地域通貨のコンセプトを導入して。

具体的には、「コミュニティ・ウェイ」（図1）と呼ばれる地域通貨の循環システムを活用する。地域通貨「LET'S」の生みの親、カナダ人のマイケル・リントン氏が提案する「コミュニティ・ウェイ」は、企業と個人とNPOを地域通貨で結び付けるモデルだ（参考：雑誌「広告」〈博報堂〉）。

まず、企業がNPOに地域通貨を発行する。個人はNPOに日本円を寄付すると、その恩返しとして同額の地域通貨を受け取ることができる仕組みだ。そうするとNPOは日本円の活動資金を得ることができ、企業と個人の間では地域通貨による取り引きが行われる状態が生まれ、企業はそれで得た地域通貨をまたNPOに……という美しき循環が生まれるわけだ。

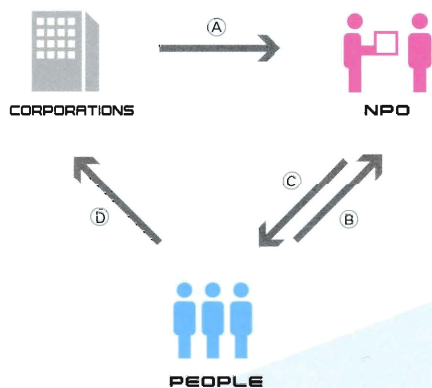
さて、アナタも含めた僕らのプロジェクトでは、NPOの部分をアーティストやクリエイターに置き換えて、さらにワンモアのアイデアを付け加えてみた（図2）。まずは、「場」を作ることしよう。とりあえずはカフェということだ。そのカフェで、30cm立方のボックス棚を50〜100個ほど、壁際にでも重ねて置いてみる。これら1つ1つは、レンタルギャラリーとしてアーティストに貸し出される。レンタル料金は、例えば2週間で3,000円として話を進めてみよう。「そんな小さなハコが2週間で3,000円かよー。高いなー」と思うアーティストもいることだろう。安心してほしい。同額の地域通貨を寄付させてもらい、ハコの中に展示される作品はすべて販売することが可能だ。売り上げは、現金がアーティストに、地域通貨がカフェに振り分けられる。現金と地域通貨のパーセンテージは応相談ということで。作品（商品）は、カフェスタッフが責任をもって販売管理する。アーティストからの3,000円はスタッフの人件費を含めたカフェの運営費に充てられるわけだ。ちなみに、カフェの飲食代は可能な限り地域通貨のパーセンテージを上げたい。地域通貨を持つ者はこのカフェに立ち寄るだろう。友達とコーヒーを飲みながら、ボックスに展示された作品に対する批評を始めるだろう。そして、

「買い！」と思ったものには惜しみなく投資してくれるはずだ。ところで、この世界を描き切るためには、企業（各種ショップなど）の協力が必要不可欠だ。なぜなら、カフェに来てくれる人が地域通貨を持っていないと話が終わってしまうから。ショップでこの地域通貨を扱ってほしい。ある購入額に対して一定の地域通貨をキャッシュバックするだけでオッケーだ。代金の地域通貨での支払いの受け入れもお願いしたい。また、出張ボックススペースの受け入れも大歓迎だ。スペース代は地域通貨で支払うので、お客さんへのキャッシュバックやショップスタッフのボーナスなどに回してほしい。

こうして地域通貨が循環すれば、さまざまな人々がハッピーになれるはずだ。まず、自分だけのレア・アイテムを求めている人々は、このボックススペースを見過ごすわけにはいかないことになる。人気作家も生まれるだろう。また、地域通貨を持つ人々は、もちろんほかの地域通貨取り扱い店へも足を運ぶ。ヘタな販促ツールよりも効果的に集客につながるだろう。そうしてアーティストは発表する場が得られ、「売れるかどうか」という直接的な批評も得ることが出来る。それは彼らの成長につながり、この街におけるアートやクリエイティブのレベルアップにつながるだろう。例えば、公害のようなポスター群が消滅する日だって来るかもしれない。

以上のとおり、地域通貨を運用する人々や企業は、街のアートレベル向上に貢献していることになる。これが、僕らの「コミュニティ・ウェイ」で生まれる地域通貨によって伝達されるメッセージだ。

〈図1〉



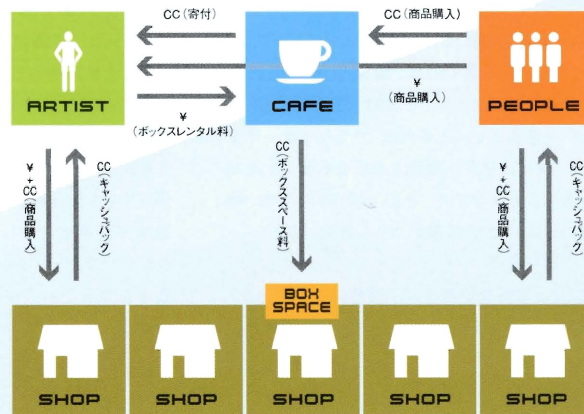
① 企業はNPOに対し、地域通貨を支払うことで支援を表明する

② 住民は自らが支持するNPOに対し、法定通貨により寄付を行う

③ NPOは住民に対し、寄付額に対応する地域通貨を支払う

④ 住民は企業において、地域通貨を利用して商品を購入する

〈図2〉





INTERVIEW
with
MAKOTO NISHIBE

「お金であってお金じゃない、 二重性を持ったメディアの正体」

(P40より)

すると、フリマというものの在り方というのは、普通のマーケットとは違って、売り手と買い手にそんなにギャップがあるものでもないし、お金を得るためにすごい必死にやるっていうようなものでもなくて、どちらかというと自己表現したものが相手にこう買ってもらえるんだっていう、承認を求めるといってか、そんな感覚が強いんじゃないかと思うんですよ。もちろん、商売でやっている人もいるでしょうけど、そうでない自己実現、自己表現としての売ってっていうのかな、そこに地域通貨を導入することによって、もっとその効果を高めることができるんじゃないかな。ということで、コミュニティを作るための一種のツールとして、地域通貨が使えるんじゃないかなという。何でそういうことを考えたかという、地域通貨ってけっこう歴史があるんですよ、100年以上のね。19世紀から20世紀の20～30年代までの地域通貨は、どちらかといえば経済的な側面を考えてきたと思うんですね。経済を不況・失業から何とか立ち直らせようとかいう場合に地域通貨を使ったりとか。現在もそういう側面はあるけど、80年代以降出てきているのは、やっぱり、個がバラバラになってきているような状況の中で、どういうふうなそれを、まあ、癒していくのか。癒すとか言うんですけど非常に精神的なものになってしまうけど、精神世界に行ってしまうのではなくて、もう少し現実的に解決する手段が必要かなということなんです。地域通貨が最近脚光を浴びているのは、そういう理由もあるんじゃないかと思うんですね。

——いろんな方向づけが可能だということですね。でも、やはりよく聞くのは、地域復興や環境保全につなげるスタイルですよ。例えばの話、タイガーが進めていくとすれば、クリエイターやアーティストによりよい環境をもたらすような地域通貨を考えるんですが、そういう目的の場合、極端に言えば社会性は薄いかもしれないなど…。

西部: そうでもないですよ。僕らのプロジェクト(「Q-project」…「NAM」のサイト<

www.nam21.org>からアクセス)もそれと同じようなことを考えているんです。このQを通して、例えば、文学者の卵であるとか、芸術家の卵であるとか、そういう人たちを育てていきたい。普通の円の市場の中では、作品がなかなか認められないってことがありますよね。それはまあ、作品が一定のレベルに達してないということも、もちろんあるでしょうけど、いわゆるマーケットで評価されないようなものに対して、ちゃんと評価してあげるシステムがあればいいですよ。そうすると、普通のマーケットとはやや違う、そういう批評的な観点を持つような市場というふうに捉えてみたらどうだろうか。そうすると、まさに地域通貨っていうのは、一種の批評的な市場空間になるわけですよ。そういう使い方を考えていて、具体的にはどういうことやるのという話ですが、一種のインキュベータとして地域通貨空間を考えてみると、もう1つは批評空間だと。つまり普通の市場だったら、どんどん売れて売れっ子になれば、「偉い」ってなりますよね? 本だったら何十万部売れたとか。そんなたいしたことのないものだって、いっぱい売れてますよ。ま、たまたまちょっと文章がうまかったとか、ちょっと人に読まれやすい文章だったとか、それで売れたりね。あるいは時勢にうまくフィットしたとか。でもそれが本当にその作品の持っている価値を表わしているのか、わかんない。そういうものをちゃんと積極的に評価していくような仕組みがないから、しょうがないってことになっちゃうでしょ。そうすると皆同じような方向に流れていくわけ。じゃあそういうものに対して、「違うんだ」と。自分なりの価値感で作品を作っていきたい、そのことを評価してくれるマーケットがあればいいんじゃないか。じゃあ具体的にどうやっていくか。そういう人たちにどんどん積極的に出品してもらって、「いいな」と思うものを積極的に評価してもらって仕組として地域通貨があるし、地域通貨で奨学金を出してあげるっていうこともできるわけですよ。あるいは賞を出すことができる。我々が考えている中には、そういう賞を出すっていうのもあるんですね。芥川賞だの直木賞だの

ありますでしょ。賞金もらうとか、それで有名になって文壇に入れるとかさ。でも、必ずしもそういうのが今よくないと言われるてるんですね。そうしたら、Qで賞金を払おう、100万Q(笑)。今までの文学賞とはまったく違う性質のものを作って、そこにまた人がどんどん集まってくればいいじゃないですか。で、坂本龍一さんとも話したのは、坂本さんも今のマーケットっていうのは、いろんなところに問題があると。例えば今言ったようなマーケットの性格という問題もあるけれど、流通機構の問題というのもあって、レコード会社とか映画の配給会社とかにどんどん利益が落ちていく仕組になっている。アーティストのものにはあまり来ないわけですよ、利益は。そうするとやっぱり、そうじゃない仕組を作っていくことが大切でしょ? そういう感じで地域通貨を使っていく。そう考えていけば、まあ、タイガー賞でもいいですよ。人々がタイガー賞取りたいっていうことで集まってきて、賞を取ったら100万タイガーみたいな。100万たって現金あげるわけじゃないからね(笑)。

——地域通貨を考える上でいちばん大切なことはなんですか?

西部: 重要なのは、それがちゃんと使えることですよ。100万円と同じように100万Qとか、100万タイガーとか言ってみても、使えない意味がない。使えるってのはどういうことか。それで買える物やサービスがたくさんあるってことですよ。そうすると、あまりに狭い仲間だけでやっていると、どうしてもそれは限られてくるわけで。我々がインターネットを使うのは、そこを広げるっていう意味で考えているわけですよ。仮に「タイガー」と「Q」がリンクしているとか、そうならいけば、より地域通貨の価値が出てくるはずですよ。だから、たしかに地域の中だけでうまく回っていけばいいんだけど、そこにある程度の質と量が入ってこないといけな。そこはやっぱり、実際にやってみるとわかってくると思いますけどね。

JOIN IN IT!!

P41で紹介した「SAPPORO CREATIVE CITY PROJECT(仮)」は、現時点では途方もない話です。が、多くの人々の協力を得ることができれば、きっと実現に向かうことでしょう。興味をもたれた方は個人／企業を問わず、ご連絡をお待ちしております。とくに以下の項目に該当する方々のアクセスによって、プロジェクトは加速度を増すはず。もちろんそのほかの方々も、どんなことでも構いません、お気軽にどうぞ。

最後に、今回特集で組んだこの企画ですが、次号以降はレギュラーコーナーとして進行状況などを報告していきたいと思っています。

- 全ジャンルのアーティストやクリエイター(の卵)
- 各種ショップ経営者
- カフェ経営者及び経営する予定がある方
- システムソフトウェア開発者
- ウェブデザイナー
- システム管理者
- 信販会社

(有)タイガーコーポレイション NEW COMMUNITY係
 Tel. 011-218-2000
 E-mail. tiger@mb.megafit.net
 www.tiger-info.net

500
TIGER

1000
TIGER