

寄稿

北海道大学大学院経済学研究科

教授 西部 忠

地域通貨の意義と課題

地域活性化とコミュニケーションの視点から

グローバル資本主義の悲劇

今回の世界金融危機により、日本はグローバル資本主義の負の側面を思い知らされたのではない。サブプライム問題を回避したのに、世界同時不況は輸出主導型の日本経済を直撃して、実体経済は先進国で最も停滞し、失業率も過去最悪になる見込みだ。

多様性や創造性を生み出す地域通貨

身近な所に目を向ければ、商店街や中心市街地は寂れ、不況時には失業者やホームレスが溢れている。資産や所得の個人間・地域間格差の拡大は明白である。経済的問題は、社会的・文化的問題をも生み出す。あらゆるモノ、サービス、情報が商品化された結果、地域やコミュニティにおける互助は廃れ、紛争と裁判が増え、家族や学校は崩壊しつつある。

地域通貨はコミュニケーションメディア

地域通貨は、こうしたグローバル資本主義の悲劇を集約する「貨幣」のあり方を問い直す試みとして1990年代後半に注目

を集めた。欧米では大恐慌後の1930年代にゲゼルやフィッシャーが推奨し、各国の商工会や自治体が実施した。ニュー・テイルのような公共事業を主体とする財政政策が国家による上からの景気刺激策であるとする

ば、地域通貨は市民やコミュニティによる下からの経済活性化運動である。地域通貨とは、①地域経済の振興・活性化という経済的目的のために、人々が自主的に設立・運営し、特定の地域やコミュニティだけで転々流通する、利子が付かない貨幣(経済メディア)②地域やコミュニティの保全・創造という社会的・文化的目的のために、人々を結合し、互助的

なコミュニティを形成し、そこにおける共通の価値・関心を表現・伝達・共有するためのツール(社会・文化メディア)という二側面を合わせ持つ統合型コミュニケーションメディアである。地域通貨の多様性は、導入目的やコミュニティの性質に応じてこの二側面をどう共存させるかによって決まってくる。

商業的取引には使用せず、ボランティアへの対価として利用する地域通貨は日本では「エコマネー」として知られているが、これは②の側面を強調したものだ。他方、商店街活性化を目的に

商品代価の全部ないし一部の支払ができる地域通貨は①の側面を重視している。多様な展開を見せる地域通貨

一部の有志が始めた地域通貨は、今世紀に入り規模が拡大し、国や地方自治体など行政も助成や運営に携わるようになった。また、ネットや電子マネーを利用するものも増え、種類や目的が多様化してきた。地方自治体が発行するプレミアム付地域商品券は多いが、商店がすぐに現金するので、地域通貨として流通していかない。プレミアム率に比べて換金手数料率が低すぎるからである。これでは行政が補助金を商店街に与えるのと変わらない。

こうした地域商品券を転々流通させて地域通貨にしようという試みは2002年に北海道留辺蘂町で開始され、現在では規制緩和により全国で展開されている。商品券を公共のバスや温泉施設、税金納付に使用、相互扶助やボランティアにも利用できるようにすることで、複数回流通を促す。こうした試みとして北海道更別村の「サラリ」、武蔵野市の「むチュー」などがある。

また、ボランティア団体(NPO法人)により発行され、ボランティアが対価として受け取る地域通貨を地元商店街でも利用で

きるようにし、さらに、店主が換金することができるようになるシステムも生まれた。非商業的取引を商店街での買物のような商業取引と結びつけることで、地域通貨がうまく回り、経済とコミュニティの活性化が同時に達成される。こうしたタイプの地域通貨として大阪府寝屋川市の「げんき」、吹田市の「いっぽ」がある。

地域通貨が形成するローカル・コミュニティは地域や商店街だけでない。SNSなどネット上のバーチャル・コミュニティも含まれる。環境保全と経済活性化を目的とするエコポイントも流通圏限定という地域通貨の発想を取り入れたり、地域通貨に交換できるようにしているが、複数回流通する仕組みを工夫すれば、もっと効果的になるはずだ。

グローバルとローカルの緩やかな結合をグローバル資本主義の悲劇を回避するため、グローバルからローカルを隔離すればよいわけではない。貨幣と市場なしでローカル・コミュニティの自立を考えるのは難しい。グローバルな荒波への緩衝を設けてローカルを部分的にクローズにし、ローカルを横に連結しつつ、グローバルとローカルを緩やかにリンクする方が多様性や創造性を生み出す。地域通貨はそのための媒体となる。

セブン・イレブンから学ぶ3Sの極意

5月製造業の労働生産性指数、3カ月連続でマイナス幅が縮小

日本生産性本部が取りまとめた5月の労働生産性統計に

サービス産業のための楽しい改善道場

●コンビニが文化になった

●セブン・イレブンから学ぶ3Sの極意

- 1. 整理=死に筋商品はすぐに棚から消え、売れ筋商品が陳列される。
2. 清掃=決められた時間に清掃が実施される。また、汚れたらすぐに清掃される。
3. 整頓=商品は探しやすいように工夫されている。