

Discussion Paper, Series B, No. 2012-99

コミュニティ通貨＝統合型
コミュニケーション・メディアの
経済学的意義

西部 忠

北海道大学大学院経済学研究科

nishibe@econ.hokudai.ac.jp

2012 年 1 月

北海道大学大学院経済学研究科

060-0809 札幌市北区北 9 条西 7 丁目

「コミュニティ通貨＝統合型コミュニケーション・メディアの 経済学的意義」

北海道大学大学院経済学研究科 西部 忠
nishibe@econ.hokudai.ac.jp

0. はじめに

・コミュニティ通貨にとってなぜ理論的概念が必要か？

本論文の目的は、地域通貨を経済社会のより広い視野から考え、より深く理解するために必要な基本的な見方や考え方を示すことにある。内容的には、経済学のこれまでの経済や市場に関する理論的な枠組みや概念を検討した上で、コミュニティ通貨（地域通貨）の基本定義を与え、そこからその歴史的背景や現代的意義を考えていく。それは、地域通貨の多様な理論的問題や実践的課題を理解するための手助けとなるはずである。

日本ではコミュニティ通貨はブームになってからすでに 10 年以上が経過しており、その間、広く認知され普及した。しかし、その後、コミュニティ通貨は時に注目されるもののそれほど広がりは見せておらず、コミュニティ通貨に対する不十分な理解や先入観に基づく評価や批評がしばしば行われている。その原因の一つは、多くの人が世間一般で広く受け入れられている常識的な見方や価値観、普及した理論や政策論の考え方にとらわれたままで、コミュニティ通貨を理解しようとしているところにある。コミュニティ通貨について基本から議論し、コミュニティ通貨の理論的・実践的な問題全体を理解してもらう必要を感じるゆえんである。そのためには、現実の諸問題やその歴史に関する議論を行うだけでは十分ではない。広く受け入れられている理論やその世界観を批判し、新たな理論的な概念や枠組みを導入することがどうしても必要である。これはなぜなのか、まずこの点について説明したい。

これまでに出版されたコミュニティ通貨に関する論説や著作の多くは、国内外のコミュニティ通貨の仕組や特徴を説明し、実際の運営や参加経験を報告し、さらには、コミュニティ通貨の応用可能性や将来的構想を提示するものであった。それらは、主として実践的関心から、コミュニティ通貨を現実問題への有効な対応策として描き、問題状況への有意義な社会運動として記述している。その場合、筆者や読者の関心は、コミュニティ通貨の最新動向を踏まえた現状や歴史的事例に向かうことが多い。だが、コミュニティ通貨を独自の研究対象として捉えた上で、理論的関心から既存の学問、とりわけ社会・人文科学の中で体系的に位置づけ直そうと

する指向性は乏しかった。コミュニティ通貨を研究するための概念や分析枠組みが検討されることもほとんどなかった。つまり、現状では、学問的に見れば、コミュニティ通貨はフィールドワークや事例研究といった実証研究の対象ではあっても、理論研究の対象ではないのである。したがって、現在もコミュニティ通貨に対して学問的にアプローチするための方法や方法論は未確立のままである。

こうした状況の下でコミュニティ通貨の意義や可能性もまだ十分に理解されていないのである。このことは、コミュニティ通貨に対する研究者の態度だけではなく、コミュニティ通貨の実践者や一般の人々の認識に対しても少なからぬ影響を与えている。というのも、コミュニティ通貨は社会活動や社会運動にはなりえても、経済社会の重要な制度や政策とはなりえないと広く信じられているように見えるからである。

一般に、物事に対してイシュー（問題）から接近することは実際的な問題解決を図る上で重要である。コミュニティ通貨に関する議論や研究も例外ではなく、イシューから出発したこと自体はいたって健全なことである。しかし、これまでその傾向が強すぎて、科学にとってもう一つの大事な柱であるシステム（体系）やメソッド（方法）の側面が弱かったのではないか。

・多面性を備えたコミュニティ通貨：運動、政策、制度

では、その原因は何であろうか。ここでコミュニティ通貨が関連する人文社会科学の諸分野を列挙してみれば、経済学（ミクロ経済学、マクロ経済学、マルクス経済学、政治経済学、社会経済学、進化経済学、金融論、財政論、厚生（福祉）経済学、行動経済学、実験経済学、開発経済学、経済発展論、地域経済論、経済思想、経済学説史）、経営学、会計学、社会学、法学、心理学、文学等々、極めて多方面にわたる。コミュニティ通貨がこのように多くの領域に関連するのは、それが解決しようとする問題が経済、社会、文化、法、心理など多面的であるからである。

だが、それだけではなく、コミュニティ通貨という対象そのものが多義的な性質を持っているからでもある。コミュニティ通貨は貨幣や言語としてのメディア的な特性を合わせ持つ。そうならば、人間と社会のすべての分野にかかわってくる。コミュニティ通貨が学際的研究の対象になりやすいと同時に、既成の学問分野の枠組みや方法になかなか収まりきらないのはこのためである。

確かに、コミュニティ通貨は国家通貨のように広範に普及している支配的な社会制度とは言えず、少数の市民が参加する自生的な社会運動という側面が強い。歴史上、コミュニティ通貨の多くが不況や失業の中で生まれ、一時的なブームとして広がるものの、やがて景気の回復とともに活動が停滞したり、一般の人々の興味が失われたりすることが少なくなかった。後で見

るように、1930 年代と 90 年代のコミュニティ通貨を比較すれば、それらの特性には明らかな変化が見られる。

コミュニティ通貨がより広く認知される存在となり、それに関する各方面からの科学研究を刺激しうするためには、コミュニティ通貨が扱う問題やコミュニティ通貨のメディアとしての多面性だけでなく、コミュニティ通貨が社会運動であると同時に制度や政策でありうるという意味での多面性を持っていることを理論的に説明しうるような新たな概念や枠組みを導入し、コミュニティ通貨を制度進化論や政策論の中に位置づけ直す必要がある。本論文および別論文（西部，2012）で提示するものは、そのための試論である。

以下、まず、経済と市場の 2 つの定義と、市場、コミュニティ、国家という 3 つの経済調整原理を導入した上で、こうした概念と枠組みを使って現代の経済社会の特徴と現代のコミュニティ通貨の特徴を明らかにする（第 1 節）。次いで、コミュニケーション・メディアとは何かを説明し、貨幣や言語がいかなるコミュニケーション・メディアであるかを明らかにする（第 2 節）。そして、コミュニティ通貨が貨幣と言語の二面性を備えた統合型コミュニケーション・メディアとして理解できることを示す（第 3 節）。最後に、経済の 2 つの定義と 3 つの調整原理という観点からコミュニティ通貨をもう一度位置づけ直す（第 4 節）。西部（2012）では、さらに、コミュニティ通貨が経済社会政策上のいかなる新しい可能性を切り開くものであるかを明らかにする。

1. 経済の調整原理としての市場、コミュニティ、国家¹

・経済と市場の 2 つの定義-希少性と再生産

現代のコミュニティ通貨の意義を考えるには、経済のあり方から原理的に考え直す必要がある。経済学は、これまで「経済」には希少性と再生産という 2 つの意味があり、「市場」にもこうした 2 つの側面があるということを明らかにしてきた。

まず、希少性によって経済とは何かを定義し、そこから市場の意味を引き出そうとする考え方を見てみよう。それによれば、経済とは、だれもが自由に取得したり利用したりすることがないという意味で希少な財・サービスを社会の成員に適切に配分することであり、市場とはそうした希少財を効率的に配分するための価格メカニズムである。こうした経済や市場の見方は、実は、経済学では 19 世紀後半に登場した比較的新しいものののだが、現代経済学主流の見方を形成し、ミクロ経済学の基本枠組みを提供している。歴史的に言えば、これは、1870 年代に限

¹本節での議論については、西部(2000)、西部他編(2010) 第 7 章も参照されたい。

界効用学説を基盤にして成立した広義の新古典派、すなわち、C.メンガーを創始者とするオーストリア学派、ワルラスを創始者とするローザンヌ学派（これが現代経済学の主流を形成する）、マーシャルを創始者とするケンブリッジ学派の3つの学派に共通する見方である。そして、注意しなければならないのは、現代人が経済や市場について考えるとき、意識的にせよ無意識的にせよ、この希少性という観点からその意味を理解する傾向が強いということである。

これに対し、経済を再生産という別の視点からとらえる見方がある。これによると、経済とは、人間が自然との間で行っている物質・エネルギー代謝を一定の社会制度の下で生産・消費・分配という経済活動として繰り返し行うことを通じて、自然や人間だけでなく、社会制度をも再生産することである。そして、この観点から見る市場とは、価格メカニズムとして抽出できる統一的で単純なシステムではなく、数量調整なども含む多元的かつ多層的で複雑なシステムであって、経済の再生産を持続可能にするための多くの経済制度の一つにすぎないのである。市場では、小売業におけるように、ある顧客が貨幣で商品を買うこと（ある店舗が貨幣に対して商品を売ること）が基本取引である。実は、こうした貨幣を流通手段として行われる相対取引の連続が形成するネットワークが市場と呼ばれているものなのである。株式市場でさえ、株だけでなく先物やオプションを含む種々の商品を貨幣で売買する相対取引のネットワークである。

経済を再生産からとらえる考え方は現代では主流ではないが、その歴史は古い。それは、経済学が生まれた18世紀における重農学派のケネーや古典派のスミスに端を発し、経済学が確立した19世紀前半に至るまで、すなわち、リカード、J.S.ミル、その後のマルクスに至るまでの経済学の中心的な見方であったのである。現代でもこの考え方を妥当だとして継承する現代古典派やポスト・ケインズ派、現代マルクス派などの経済学者がいるものの、それらは少数であり、異端派とされている。

ここで、新古典派経済学が経済や市場をどう捉えているかをもう少し詳細に見てみよう。これによると、財が人間の欲求や必要に比べて過剰ではなく、むしろ不足しているという希少性が存在する環境の下で初めて経済問題は生じるということになる。この考えを現実そのまま当てはめるならば、失業者や製品在庫といった売れ残りが大量に発生しているのは、労働力や一般商品がプラスの価格では売れないからであり、そうした状況では財やサービスは希少でなく、経済問題は生じていないのだという奇妙な議論になる。さらに、新古典派は市場について次のように考える。まず、市場を理論的に考えるには、さまざまな仮想的条件が成立していなければならない。一つの商品には常に一つの価格しかないという一物一価や需要者や供給者が無数にいて、その行動が価格に影響を与えないという完全競争条件などである。それらが満たされているとして、いま各種の財が経済主体に初期時点で与えられているとすると、市場における所定の価格について、消費者は自分の効用を最大にするように各種の希少財を需要し、生

産者は自分の利潤を最大にするように各種の希少財を供給する。各財について需要が供給を上回る場合には、価格調整者たるセリ人がその価格が上げ、需要が供給を下回る場合にはその価格を下げる。このような調整過程を繰り返す結果として、すべての財の需要と供給を一致させるような価格と配分が決定される。こうして決定される均衡価格・配分ではすべての主体は効用や利潤を最大化しており、それ以外の価格・配分では満足度が下がってしまうので、効率的であるとされる。これは、「完全競争均衡はパレート最適（効率的）である」という厚生経済学の第一定理として知られているものである。しかも、それは、情報量として最小限のパラメータである価格の調整によって達成されるので情報効率的であり、どの主体もそれを自ら進んで受け入れるインセンティブがあるので誘因両立的である。一般に市場経済が計画経済よりも優れているとされるのは、こうした議論を前提としているのである。新古典派経済学による市場経済についてこのような主張は、1990年代初頭に旧ソ連東欧諸国が社会主義計画経済を放棄し、自由市場経済へと移行することになった時、広く受け入れられた議論であった。

・ 集中的市場と分散的市場

ここで考え直さなければならないのは、市場が希少財の効率的な配分を決定する価格メカニズムであるとされている点である。それは、需要と供給を一致させるように価格を動かしてくれるセリ人がいる「よく組織された市場」（ワルラス）をモデル化したものである。セリ人を中心として形成されているので「集中的市場」と呼ぶことができる。現実の市場で集中的市場に近いものは生鮮食料品の卸売市場、穀物、金属、原油等のコモディティ市場、株式・為替・債券・先物等の金融市場だけであり、市場経済の一部に見られるにすぎない。また、そうした市場における価格決定の実際の仕組みは、オークション市場のモデルで記述されているメカニズムとはかなり異なる。むしろ、こうした商品以外の大部分の商品、すなわち、製造物やサービス、生鮮食料品や商品先物を取引する市場にはセリ人はいなし、またオークションという形式も取らずに、交渉価格による売買を相対で行っている。こうした売買取引が時間的にも空間的にもバラバラに行われることで市場は形成されている。こうした市場は「分散的市場」と言える。現実の市場の大半は分散的市場であり、集中的市場ではない。

にもかかわらず、新古典派は経済を希少性という観点だけから考えるからこそ、希少財の効率的な配分メカニズムとしての価格メカニズムをモデル化した集中的市場を市場の典型と考え、その側面を過度に強調するのである。こうした経済や市場に対する見方が問題であるのは、特殊な見方とモデルを前提にしているにもかかわらず、そのことを忘れて、一般的に全ての商品やサービスの取引を規制なき自由な市場に委ねるのが効率的であるとする規範的命題を導き、市場が原理的にいかなる場合も望ましいとするいわゆる「市場原理主義」を生み出す点にある。

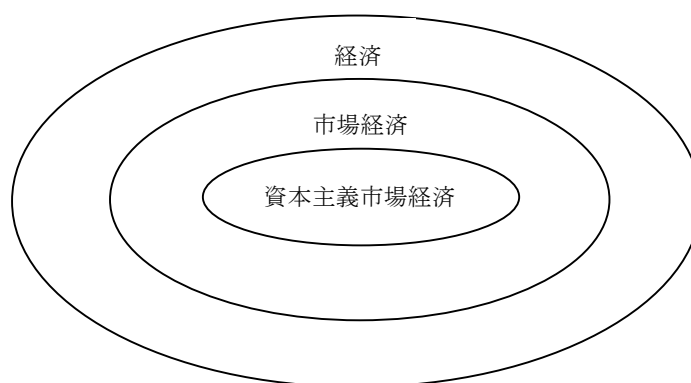
生産者や消費者という経済主体（それが個人にせよ、組織にせよ、政府にせよ同じことだが）が常に利潤や効用の最大化を行えるほど合理的であり、そうした情報収集・計算・実行能力を持っていると考えるかどうかとも大きな問題である。だが、これを措くとしよう。いま仮に市場で決定される財の価格や配分がある時点で各経済主体の視点からは自己の効用ないし利潤を最大化する望ましいものであり、互いに他の経済主体の効用や利潤を低下させることなくそうしているという意味で経済全体として「パレート効率的」であると考えてみよう。たとえそうだとしても、このような効率的な経済が全体として再生産可能であり、長期的に持続可能であるとは限らない。知らないうちに公害や地球温暖化が生じており、それらが市場取引でうまく評価できない外部効果を発生させる可能性がある。また、実際には、市場以外の他の制度（例えば、家族や慣習など）の存在によって経済は再生産されてきたにもかかわらず、そのことに気づかないまま、市場制度だけを拡大したため、経済の再生産が不可能になるという事態も考えられる。つまり、市場しかも集中的市場という制度だけで経済に関する再生産を満たしうるわけではないのである。こう考えると、経済や市場を希少性という観点のみから形式的に定義しようとするアプローチがかえって危険であることがわかるだろう。

経済を再生産という視点から眺めるならば、それは人間と自然の再生産、そして、制度の再生産を伴っており、そこには市場だけでなく多様な制度が関わっていることが理解できる。そのような考え方に立つ方が、市場が経済の再生産を可能にする複数の可能な経済制度の中の一つであることを忘れないですむ。さらにいえば、人間の合理性に限界があり、不確実性が普遍的に存在する現実に近い状況の下では、制度的な多様性こそがセーフティネットとして働き、経済の再生産を保証している可能性がある。

19世紀前半までの古典派は、新古典派のように経済全体を「こうあるべき（効率的であるべき）」という理念ではなく、「こうである（再生産されている）」という実在として理解しようとしていた。これに対して、新古典派は、市場の均衡的な調整機能の望ましさを論証したいがために、経済を希少性という枠組みで切り取ったのである。そうした市場像では、流通手段としての貨幣の必要性を論じることはできない。したがって、こうした「こうあるべき」という規範論に基づいて、コミュニティ通貨は非効率的であると論難するだけでは、その意義をまったく理解できないのである。コミュニティ通貨については、経済を再生産の観点で捉え、「こうである」という記述論から経済や市場を理解した上で、考察すべきなのである。そのためには、集中的市場ではなく分散的市場を可能にする媒体として貨幣を捉え、さらに制度の多様性を考慮する必要がある。

・経済・市場経済・資本主義

後述するが、経済の再生産を可能にする経済制度には、市場以外にも、コミュニティや国家もあり、経済には、市場経済のみならず、コミュニティによる互酬経済、国家による計画経済などを含む非市場経済がある。したがって、市場が主流であるにしても、それ以外のコミュニティや国家の組み合わせ次第で市場経済は極めて多様でありうる。それは、アングロサクソン型や日本型の資本主義市場経済があるというだけに止まらない。いま私たちが暮らしている市場経済は資本主義市場経済であるが、それとは異なる資本主義ではない市場経済も理論的にはありうるのである。このことを内包関係の記号を用いて書くならば、「経済 $\supset$ 市場経済 $\supset$ 資本主義市場経済」となり、これを図示すれば、図1のようになる。



(図1) 経済，市場経済，資本主義市場経済

この見方では、資本主義市場経済は市場経済の部分集合であり、市場経済の特殊な形態にすぎない。だが、多くの論者はこのことを忘れているか、看過している。新古典派経済学は、市場経済と資本主義市場経済を区別しないのだから、このことは驚くに値しない。このような区分を問題にしてきたのはむしろマルクスの経済学やK. ポランニーや経済人類学であるからだ。

世界的金融危機の最中であって、「規制なきリバタリアン的な資本主義はダメだが、かといって社会主義的な国有化や計画経済はもっとダメだ、取るべき選択肢は資本主義しかない以上、資本主義を守らなければならない」といった論調が盛んに行われている。しかし、いま見たように、市場経済という大枠を維持したままでも、資本主義でない市場経済すなわち非資本主義市場経済が存在する可能性を理論的に否定することはできない。それは、中国の現存形態である社会主義市場経済のようなものを意味するだけではない。そこには、人類が足を踏み入れている未知の領域が広範に残されているかもしれない。にもかかわらず、これまでのところ、それを経験したり想像したりすることができていないだけであり、コミュニティ通貨は、そのような非資本主義的市場経済を可能にする制度の一つを示すものなのかもしれない。少なくとも、このことを頭から否定してはならないのである。

・経済におけるコミュニティの位置づけ

これまで、経済制度や経済政策の是非を論じる場合、市場V S 計画、資本主義V S 社会主義という二分法が大前提となっており、市場と政府（国家）、もしくは、自由と規制は相反するものであると考えられてきた。そこでは、明らかに、市場や国家という経済領域の他に、第3の経済的領域として「コミュニティ」があることがまったく見過ごされている。それは、「コミュニティ」は経済ではなく、むしろ社会・文化の領域に関係する事柄であると広く信じられているからであろう。それは、例えば、家族や近隣のようなコミュニティで行われている家事・育児にせよ、除雪や祭りを含む町内会活動にせよ、現代貨幣を用いた市場経済的な取引としては行われておらず、シャドワークや自助ないし互助として行われているため、「経済」には見えないという事情がとりわけ大きいであろう。実際、現代では、「コミュニティ」とは経済制度であるというよりは、むしろ帰属、アイデンティティや価値関心に関わる人間集団を意味すると考えられている。しかし、コミュニティは資本主義市場経済以前の伝統型市場経済では大きな経済的役割を果たしてきたし、グローバリゼーションの中でその役割が縮小したとはいえ、現在でも固有の経済的機能を担っている。ただ、新古典派経済学では、「経済的」という語が、貨幣を媒介とする「市場経済的」という語と同義語であるかのように使用されていることに問題がある。一般にこうした考え方に依拠して「経済＝市場経済」と常識的に理解するため、市場や国家とは異なるコミュニティを経済的制度として認識することが困難になっている。

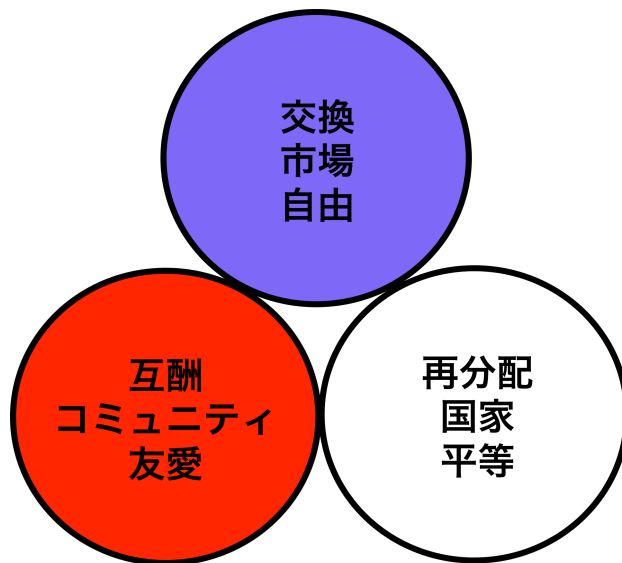
だが、コミュニティは市場や国家と並ぶ経済制度ないし経済領域であり、その社会経済的な役割について今後再考しなければならないだろう。コミュニティ通貨の意義を社会・文化と経済の両方の観点からとらえるとき、「コミュニティ」は重要な意義を持つ。

財やサービスの生産と消費を統御し、財やサービスを生産者・消費者間で流通させるための経済調整方法には、図2のように、1) 交換，2) 互酬，3) 再分配の3つがあり，こうした経済調整方法はそれぞれ市場，コミュニティ，国家といったシステムないし構成体が担っている（ポランニー，1944）。

- 1) 交換とは，等価の財やサービスを二人の私的所有者が交互に取り替えることである。市場の経済調整としては，それは自由な契約に基づいて，一定の価格を持った商品とその価格に相当する貨幣の所有者が交互に持ち手を変える「売り」または「買い」である。
- 2) 互酬とは，二者間では贈与と返礼（反対贈与）であり，三者以上の間では贈与の連鎖が円環的に閉じることで共同利益を実現することであって，そのためのルールがコミュニティの慣習や伝統として継承される。
- 3) 再分配とは，国家や政府が制定する法律に基づいて，財やサービスないし貨幣を税として

集権的かつ強制的に徴収し，法律に基づく政策を通じて国民に再分配することである。

このように経済を理解するならば，現在使われている国家通貨は市場における交換の媒体であると同時に，国家による再分配のための手段であり，確かに，コミュニティとは水と油の関係であることがわかる。これに対し，コミュニティ通貨は，市場における交換とコミュニティにおける互酬の双方を架橋するものとして位置づけられるのである。



(図 2) 3つの経済調整原理-交換=市場，互酬=コミュニティ，再分配=国家

・グローバリゼーションの時代におけるコミュニティ再活性化の意味

ここでは，以上の市場，コミュニティ，国家という枠組みを使って，現代経済社会の特徴とそれに対応する現代のコミュニティ通貨の特徴を見ておきたい。

1970年代に始まった市場の自由化と経済の脱工業化・金融化が，ソ連東欧の崩壊と情報通信革命によって1990年代以降加速化され，世界中でグローバリゼーションが急速に進んだ。それは，経済の投機化，金融危機，地域・個人間の経済的格差の拡大といった経済問題だけでなく，地域コミュニティの衰退，安全神話の崩壊，少子高齢化による年金・介護の負担増といった社会問題をも生み出している。

コミュニティ通貨は1980年代に欧米で登場し，こうしたグローバリゼーションが進行する1990年代以降，日本を含む先進国から途上国に至るまでグローバルに普及した。その背景には，市場の地球化，全面化として現れるグローバリゼーションの中で，経済の不安定性が高まり，頻発する金融危機や経済不況が世界中に急速に伝染するようになった事実があるのはまちがいない。だが，コミュニティ通貨はそうした経済問題への解決策として導入されただけではない。

市場の拡大や発展をその裏で支えてきた家族・学校・地域といったコミュニティの解体とそれに伴うコミュニケーションの阻害という社会・文化問題が深刻化している事態にどう対応するかという問題意識からコミュニティ通貨が広がっていることを看過すべきではない。この点からみると、コミュニティ通貨は、「コミュニティ」の再活性化ないし創生を1つの大きな課題としているのである。

コミュニティ通貨の前史として、欧米で大恐慌後の1930年代に地方自治体や商工会議所などが不況対策として実施していたスタンプ紙幣や緊急通貨といった補完通貨の事例がしばしば挙げられる。だが、そうした試みは地域と時期の点で限定的であり、やがてアメリカのニューディール政策、ヨーロッパの国家社会主義とファシズムの台頭、そして、その後の第二次世界大戦の勃発、要するに、国家による経済管理や戦争が恐慌や不況という市場の惨禍を克服したことによって潰えてしまった。その結果、第二次世界大戦後は強化された国家が市場を補完することになった。他方、コミュニティは部分的に国家に取って代われ、市場に置き換えられたものの、国家や市場の間隙に当時まだかなり根強く存在していた。

このことから、20世紀前半の補完通貨と20世紀後半のコミュニティ通貨の違いが次の点にあることがわかる。前者が登場したのは、帝国主義的な資本主義が英米の国家独占資本主義ないし国家社会主義に至る過程で、市場が国家により強く統制ないし計画されることになる時代であった。これに対して、後者が拡大したのは、新自由主義がマクロ的需要管理と福祉国家を疑問視し、市場の規制緩和・自由化と社会主義国の市場経済化を推し進めたことで、国家による経済管理から自由な市場経済へと向かう時代であった。両者とも大恐慌や金融危機の後の不況対策として、市民による地域経済の活性化を目指している点で似ているものの、市場・コミュニティ・国家の配置や関係から見た時代背景はまったく逆向きなのである。現代のコミュニティ通貨が特異な性質を帯びるのは、それが市場の拡大・深化が地球規模で進行するグローバリゼーションの時代に、経済のみならずコミュニティをローカルな視点から再構築しようとしている点にある。

2. コミュニケーション・メディアとしての貨幣と言語

前節では、経済の意味、市場経済と資本主義市場経済のあり方、経済調整原理としての市場・コミュニティ・国家について概観した。ここでは、後で統合型コミュニケーション・メディアとしてのコミュニティ通貨の特性を再定義するために、まずルーマンの「コミュニケーション・メディア」に関する考え方と分類について言及したい（Luhmann, 1984, 1988）。

ルーマンは、全体社会を「コミュニケーションがコミュニケーションを生み出す」ような、コミュニケーションのオートポイエティック（自己再生産的）なシステムであると定義する。

言い換えれば、社会は自己準拠に基づいた閉鎖的なコミュニケーション・システムである。

経済、政治、科学、教育、宗教等は社会の部分システムであり、各々において特有な象徴的（シンボリック）に一般化されたコミュニケーション・メディアが独立に機能すると考えられている。コミュニケーションとは、単に情報を送り手から受け手に移送するということではなく、情報、伝達、理解という三つの選択が形成する創発的統合体である。また、「メディア」という語は、マスメディア、伝達手段、媒体などを表す通常用語法よりもさらに広い意味を持っているということに注意しなければならない。そして、象徴的（シンボリック）一般化(symbolic generalization)とは、一定のメディアにより多数の物事が象徴的に表現され意味の一般化が生じることで、各種の差異を媒介し、分離を結び付ける機能のことである。しかし、こうした一般化がかえって差異を作り出し、相互を分離させることもある。こうした場合が「悪魔的一般化(diabolic generalization)」である。通常、これら二つは分かちがたく結びついている。

コミュニケーション・メディアは、コミュニケーションの不確実性を確実性へ転換しうる創発的かつ進化的な社会構成物である。それは、次のように三つに分類される。

- 1) 聴覚的・視覚的記号を使用することで意味のためのコミュニケーションを成立させる「言語」
- 2) 文字、印刷、通信技術等、言語によるコミュニケーションの到達範囲を時間的・空間的に拡大する「拡充メディア」
- 3) 貨幣、真理、権力、愛、規範など「象徴的に一般化されたメディア」

である。これらのコミュニケーション・メディアは、順番に1) 理解、2) 到達、3) 成果（受容）の不確実性にそれぞれ対応する。

主体は、文字、印刷、通信技術等の拡充メディアすなわち「到達メディア」を通じてより多くの情報を得ることができるが、貨幣、真理、権力、愛、規範等の象徴的に一般化されたメディアすなわち「受容メディア」に基づいてそうして得た情報を受け入れるかどうかを判断し、絶えず取捨選択を行っている。その意味で、「受容メディア」は情報の選別と動機づけをもたらす「フィルタリング」の役割を果たす。「受容メディア」を媒介とすることで、送り手と受け手の間で情報の体系である知識が共有されるが、それは完全に同一ではなく、自他の間に差が生じる。その意味で、情報の間主観化（結び付け）と脱間主観化（切り離し）が同時に働くのであり、自己と他者は分離しながら結合しているのである（正村，2001）。

貨幣とは「支払」というコミュニケーションを媒介するメディアであり、支払というコミュニケーションで形成される社会の部分システムが「経済（社会）」である。同時に、権力メディアが形成する部分システムが政治、真理メディアが形成する部分システムが科学である。この

ように全体社会がメディアの種類により部分システムへ分化しつつ進化すると考えるのが、ルーマンに特有な社会観である。また、ルーマンはメディアと形式を区別している。メディアは緩やかな結合により特徴付けられるのに対し、形式はリジッドな構造や強い結びつきを作り出す。メディアは種々の形式を取り得るけれども、一つの形式を刻み込めるのは一つのメディアである。例えば、水がメディアであり、それが作り出すパターンとしての波が形式である。言語メディアの場合、形式は言表（文章）であり、そこには表現対象、主体、状況等の多層的な構造が表現されている。貨幣メディアの場合、形式は支払であり、支払対象、主体、支出計画等が表現されている（春日，2003）。

こうしたルーマンの考え方を基にして、さらに貨幣と言語の差違について考察しよう。これら二つのメディアにはいくつかの点で同型性が見られる。まず、空気や水という「自然メディア」に対して、貨幣と言語は社会的・文化的進化の産物としての「人工メディア」である。そして、言語と貨幣はともに時間・事象・社会の三つの次元における差違を「一般化」という点で同型である。貨幣の事象的一般化は価値尺度機能が可能にするものであり、多様で異質な「商品」に一次元的な「価格」を与えることにより、通訳可能性や比較可能性を与える。

もちろん、言語にも事象を分類したり抽象化したりする点で事象的一般化の機能がある。しかし、貨幣と言語の決定的な差違は、貨幣が価格表現により商品の質的な多様性や複雑性を一元的情報へと縮約する「一様メディア」であるのに対して、言語は、貨幣と比較すれば圧倒的な多様性と複雑性を保持した表現が可能である「多様メディア」であるという点にある。言い換えると、支出という形式は、言表という形式と比べると、遙かに単純な構造しか内包しないということであり、これにより現実世界の複雑性を一次元的価値へ縮約・還元して表現することが可能になっている。そして、貨幣の価値尺度により、支払において一次元的価値へ縮約・還元する形式が「象徴的一般化」として機能する。このことが、市場における分業（division of labour）や分知（division of knowledge）、知識の発見や創造を促進し、多種多様で大量な商品の販売を可能にするのである。

しかし、それと同時に、貨幣がすべての事象を一元的な価格で表現することで地域、組織、集团的個人が持つ文化・価値・規範における固有性や質的多様性を破壊してしまうといった「悪魔的一般化」が生じることにもなる。特に、近年では金融市場の発展、インターネット化を伴うグローバリゼーションの進展に伴い、営利企業のみならずより多くの個人が貨幣を、消費する商品を購入するための手段ではなく、価値増殖や蓄積を目的とする資本として利用するようになっている。また、投資・投機活動が大衆化するだけでなく、機会費用や人的資本という考え方が人々の間で普及するにつれて、人々の意識が次第に資本家の意識に接近していくため、この問題は深刻化してくる。例えば、女性の社会進出により、母親は家事労働や育児を家族外で稼ぐことができる賃金の機会損失であると強く感じるようになる。人々は、人的資本形成の

ために各種の資格取得や職業訓練に努力するだけでなく、基礎教育から高等教育に至るまで、教育全般が将来収益増大を目的とする現時点における人的資本投資であると考えられる傾向にあり、そうした思考様式の拡張はコミュニティとしての家族・近隣・学校のあり方を変容ないし崩壊させることにつながる。こうした様々な問題に対して、コミュニティ通貨が統合型コミュニケーション・メディアとしてどのような解決法を提示しうるのかについて後で見ることにしよう。

3. 統合型コミュニケーション・メディアとしてのコミュニティ通貨

前節では、言語と貨幣をコミュニケーション・メディアとして理解できるということを見た。ここでは、そうした視点を踏まえ、コミュニティ通貨をどのようにとらえることができるかを考えることにしよう。まず、コミュニティ通貨に固有な特性に注目する必要がある。

コミュニティ通貨は、前後に二つの顔を持つ古代ローマの神「ヤヌス」のように、貨幣と言語という二つの側面を必ず合わせ持っており、経済的領域だけでなく社会・文化的領域でも機能を果たすコミュニケーション・メディアである。コミュニティ通貨はこれら二要因の統合体であるにもかかわらず、「貨幣」ないし「通貨」という語が付いているため、どうしても経済的意味を強く持ってしまう。ここでは、コミュニティ通貨が貨幣としての「経済メディア」であるとともに、言語としての「社会・文化メディア」でもあり、両側面の統合体であるということを確認するために、コミュニティ通貨を「統合型コミュニケーション・メディア」と呼ぶこととしたい。

すでに見たように、ルーマンは全体社会をコミュニケーションのオートポイエティック・システムととらえ、貨幣、真理、愛などの象徴的に一般化されたコミュニケーション・メディアによって全体社会をいくつかの部分システムに分割していた。コミュニティ通貨もそのようなコミュニケーション・メディアの一つとして理解しうる。しかし、コミュニティ通貨が特異であるのは、それが象徴的に一般化されたコミュニケーション・メディアのように、社会を別々の部分システムへ分割するよりも、むしろそうした分離されている部分システムを再統合することを指向する点にある。つまり、分離ではなく統合のためのメディアなのである。

コミュニティ通貨は、経済機能に特化した通常の貨幣にはない、コミュニティのメンバーが共有する価値・関心・倫理を表現し伝達するという社会・文化機能を持っており、コミュニティの経済活動と社会・文化活動を同時に活性化することを目的としている。コミュニティ通貨は、部分的にせよ、言語や拡充メディアの側面を持つとともに、象徴的に一般化されたコミュニケーション・メディアとしても貨幣のみならず愛や道徳の性質も備えているのである。したがって、ルーマンのいう 3 種類のコミュニケーション・メディアの性質をすべて持っている。このため、「統合型」という形容詞がその上に付くのである。

表 1 には、統合型コミュニケーション・メディアとしてのコミュニティ通貨の二面的特性を示した。まず、左の列の経済的側面を見ていこう。

ここでの貨幣的側面とは、異質で多様な財やサービスをある一つの尺度、例えば「グリーンドル」の大きさによって一次元的に表現・評価するということを意味している。一方で、売り手は財やサービスに価格を付けて、買い手が来るのを待つ。他方で、買い手は商品に付けられた価格を観察し、それらをほしいと思い、しかも、それらが高くないと評価するならば、その商品を買おうと判断する。このような売り買いが多数行われ、そうした個別の売買取引の全体が流通手段としての貨幣に媒介される時、連鎖的取引のネットワークとして「市場」が形成される。これは、先ほど経済学に関連して見た「分散的市場」のモデルと同じである。

コミュニティ通貨も、参加者がそれによってモノやサービスに価格を付ける限り、こうした一次元的な表現・評価を必然的に伴うものであるし、それが繰り返し利用されれば、流通手段として参加者間を転々流通することになる。したがって、コミュニティ通貨も経済メディアとしては、現行の資本主義的市場経済における市場とは異なるものにせよ、ある種の市場を構成するはずである。コミュニティ通貨は市場ではなく、コミュニティを形成することを目的とするものだとしばしば考えられているが、これは正しくない。コミュニティ通貨は、互酬性を伴った交換、すなわち「互酬的交換」を目指す経済的メディアとしての側面を持っている。

統合型コミュニケーション・メディアとしてのコミュニティ通貨		
側面	貨幣（経済メディア）	言語（社会・文化メディア）
目的	地域経済の活性化 （自律・循環）	交流，コミュニケーションの活性化（コミュニティ構築）
機能	自主発行・運営管理 域内限定流通 無（負）利子	信頼・協同関係醸成 価値・関心の共有 感情の表現・伝達
形態	補完・緊急通貨（スタンプ紙幣，LETS）	相互扶助クーポン（タイムダラー，エコマネー）
領域	市場	非市場（コミュニティ）

（表1）コミュニティ通貨の両義性

次に、表 1 の右の列に書かれている「社会・文化メディア」の側面に注目しよう。これは、「言

語側面」とも言える。あらゆる人間同士の関わりは言語や数を相互補完的に利用する。貨幣はあらゆる事物を価格により表現し評価する。したがって、それは言語が代表である「多次元メディア」とは異なり、「一次元的メディア」である。コミュニティ通貨は、通常の貨幣と比較すれば、それを発行・運営する主体や、それが流通する地域コミュニティに固有な社会的価値・規範・文化をより多様な形で表現・伝達することができる。

コミュニティ通貨は、これら二側面に対応する目的、機能、形態、領域を持っている。

経済メディアとしてのコミュニティ通貨の目的は「地域経済の活性化」である。地域経済における不況や失業の原因の一つとしてあげられるのは、貨幣が地域の外へ流出してしまい、地域内を循環する貨幣が不足するという問題である。この問題はどの程度深刻なのか。例えば、日本は1990年に始まるバブル経済の崩壊以降の20年以上の間にいくつかの深刻な不況を経験してきた。たとえ、デフレーションは日本経済全体で起こるにせよ、域際収支や産業構造に依存して、大都市圏と地方圏の間には倒産率、失業率、所得・資産について大きな格差が生じている。全体として、地方圏は大都市圏より厳しい状況にある。

どの地域の町村も過疎化と少子高齢化に加え、商店街の衰退という同じ問題に悩まされている。若い世代は就業機会の多い都会へ出てしまい、地元商店街で買い物せず、地域のコンビニに向かう。モータライゼーションの進展により、多くの住民が郊外のスーパーやショッピングモールへ車で出かけるようになった。その結果、購買力の域外流出の問題は悪化の一途をたどる。他方で、近隣で買い物をすることができなくなった高齢者は「買い物難民」となっている。商店街が消滅すれば、それが果たしてきた街路清掃、相互扶助、育児、祭りなどの文化的行事といったコミュニティ機能も同時に失われる。かくして、地域経済の衰退は加速化し、住民全体にとっての生活環境も悪化する。

こうした状況に置かれた人々が、外部へ流出せず、地域内で循環するコミュニティ通貨を作ることができれば、域内経済を賦活化し、グローバルな金融危機や国内の不況といった経済環境の外的変化から大きな影響を受けない相対的に自立的な経済を生み出しうるであろう。また、それは「地産地消」に基づく持続可能で循環型の地域経済の形成を促すであろう。これは、「経済メディア」として導入するコミュニティ通貨の最終的な目的である。

これに対して、もう一つの目的は、「コミュニティの活性化」あるいは「コミュニケーションや交流の活性化」である。これは、社会・文化メディアとしてのコミュニティ通貨に対応するものである。コミュニティ通貨のこの側面が現代において注目されている背景や理由を深く考えるには、市場を含む社会経済の調整原理やグローバリゼーションの意味を理解するという回り道をする必要がある。

現代の資本主義市場経済では、市場経済が地球を覆い尽くし、規制緩和や自由化が推進され、市場原理主義が猛威を奮っている。また、生殖細胞、臓器、遺伝子情報からデリバティブ、炭

素排出権，施設命名権，個人情報など各種の権利や情報に至るまでおよそ考えられる事物すべてが商品化され，市場領域は急速に拡大するだけでなく深化している。このように市場が質量ともに拡大する中で，人間関係が経済的な売買関係や法律的な契約関係にのみ還元される傾向が強まっている。そのことによって，相互扶助や利他的行為に依存するコミュニティが崩壊する危険性も高まっている。

1990年代以降のいわゆる「グローバリゼーション」が進む中，こうした傾向が強まっている。ここで，「グローバリゼーション」の意味を明確化するために，すでに見たように，社会経済の3つの異なる調整原理を，すなわち，1）市場（交換と自由を原理とする私的領域），2）コミュニティ（互酬と友愛を原理とする共的領域），3）国家（再分配と平等を原理とする公的領域）を考えよう。交換，互酬，再分配という三つの経済原理は，フランス革命に端を発したフランス共和国の三つの政治的原理である自由（青色），友愛（赤色），平等（白色）に正確に対応していることを確認しておこう。

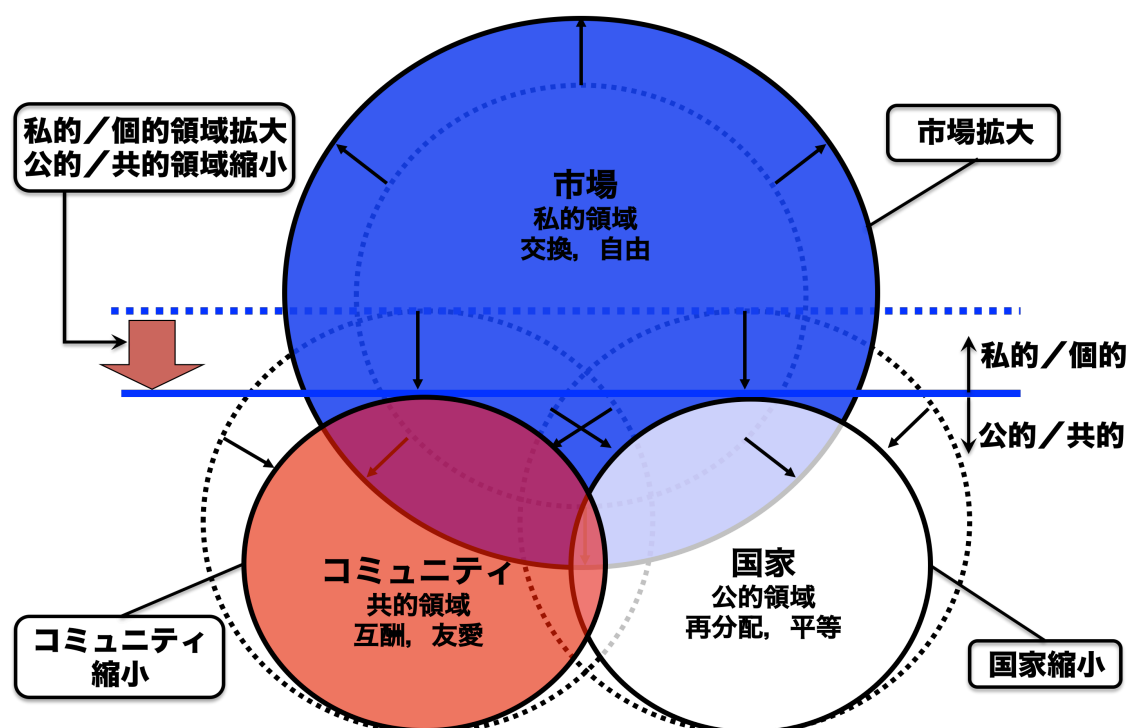


図3 グローバリゼーション

グローバリゼーションとは，図3で示すように，質量ともに市場が拡大していく反面，コミュニティと国家が縮小していくという，数十年にわたる歴史的な傾向であると解釈することができる。市場は二つのコミュニティの間，二つの国家の間，あるいは，コミュニティと国家の間から出現するが，市場がひとたびそうした境界領域に発生すると，それは拡大し，コミュニ

ティや国家の内部へ浸透してそれらを解体し、市場原理によって再組織する（マルクス、1959, 1867）。市場がコミュニティや国家の内部へと浸透していくこうした傾向を市場の「内部化」と呼びうる²。

市場の内部化を推進しているのは、人間や営利組織としての企業といった主体ではなく、資本主義市場経済を規定するルール of 束すなわち制度であり、資本主義市場経済の複製子（生物における遺伝子に相当する一連のプログラム）である。売買取引のネットワークである市場から派生的に生じた資本が、売買の対象とはされていないより多くの種類の財やサービスを「擬制商品」へと徐々に転換していくことにより、コミュニティや国家を分解して、それらを市場へと置き換えていくのである。グローバリゼーションがさらに進んで究極的段階に達すれば、貨幣や株、不動産のような資産だけでなく、オプション、権利、情報、人間などおよそ考えうる事物のすべてが利益稼得機会である資本となりうる。

市場でそうした「擬制」が何の制約や規制もなしに実現されるならば、「自由貿易」を超える「自由投資」の原理が資本主義市場経済の最高段階で達成されることになる。グローバリゼーションとして現れるこのような傾向は実在するものである。というのも、あらゆる人間関係が売り手と買い手、債権者と債務者といった経済的かつ契約的な関係へ一元的に還元されることにより、互酬や相互扶助を基盤とするコミュニティが衰退し崩壊しさえするといった事態が世界中で顕著に観察されるからである。もちろん、コミュニズムや反グローバリズムといった運動における「社会の自己防衛」（ボランニー、同上）がそうした傾向を相殺してきたし、現在もそうしているものの、そうした傾向を押しとどめるには至っていない。

コミュニケーションもケータイやネットに依存した、「顔が見えない」非対面型のものになり、しかも「相手が誰だかわからない」匿名型になりつつある。もし完全に利己的、孤立的になってしまえば、市場は止めどなく拡大するが、助け合いやボランティアも行われなくなってしまうかもしれない。

こうした市場主義や個人主義の流れの中で、日常生活の状況でそうした傾向に対抗し、互助的、互酬的關係を再構築し、人々のコミュニケーションを顔が見えるものにするを目的として、コミュニティ通貨が導入されうる。日本では2000年代初めまで、コミュニティ通貨と言っても「エコマネー」の場合のように、互酬的なコミュニティを賦活し、人間のコミュニケーションを活性化する社会・文化メディアの側面が強調されてきた。だが、その後、エコマネーが一部の参加者に滞留して円滑な流通が進まないという問題が生じることがわかるにつれ、「経済メディア」としてのコミュニティ通貨の目的がより注目されるようになってきた。こうした

² グローバリゼーションと市場の「内部化」についてより詳しくは、西部他編(2010) 第7章、西部(2011a)を参照されたい。

経験からも、コミュニティ通貨の固有性は経済と社会・文化の両側面が同時的に共存している統合性の中にあるということが理解できる。

こうして、経済メディアとしての側面と社会・文化メディアとしての側面をともに考慮に入れるならば、コミュニティ通貨は、競争的（コンペティティブ：competitive）であるだけでなく協力的（コーペラティブ：cooperative）な、すなわち「協力競争的（コーペティティブ：coopetitive）」なローカル市場を形成するのである。つまり、コミュニティ通貨が形成するものは、市場=交換=競争とコミュニティ=互酬=協力の融合、すなわち、コミュニティ市場なのである。

市場=交換=競争とコミュニティ=互酬=協力という2つの側面は相矛盾しているように見える。そもそも、市場とコミュニティという2つの異なる領域が区分されるのは、両者が相容れない原理を持っているからではなかったか。しかしながら、このことは自明ではない。両者の関係がそこで使われる貨幣メディアに依存して決まるのであれば、通常の家通貨に関してはそうであっても、コミュニティ通貨の場合もそうであるとは言えないのだ。

コミュニティ通貨が市場とコミュニティの双方に親和性を持ち、経済活性化とコミュニティ活性化の両方の機能を果たすことは、石鹼が「乳化」と「洗浄」という両方の機能を同時に果たすことに似ている。石鹼は親水基と疎水基を持つ界面活性剤であり、水と油の両方の性質を持つ。そのため、油分の表面を活性化し、それを水で洗い流すことができるようにする。石鹼水に油を入れると、油がミセルと呼ばれる粒状会合構造内の疎水基の中に取り込まれ、水と油が混ざったような乳濁液（エマルション）になる。これは、乳化剤が水と油の界面張力を低下させ、本来分離してしまう水と油を親和的にすることで両者が混じり合うようにするものであり、ここから「乳化」や「洗浄」という機能が生まれるのである。

これと同じく、コミュニティ通貨にも親コミュニティ性と親市場性（疎コミュニティ性）の双方があることで、本来、違う調整原理に基づき、相互に分離する傾向にある市場とコミュニティがうまく混じり合うようにする。つまり、コミュニティ通貨の乳化力によって、互いに疎な境界を持つ市場とコミュニティとを親和的にするのである。特に、現在進行中のグローバリゼーションでは、市場のみが唯一拡大することで、市場経済的ではないコミュニティの経済機能が排除され、駆逐されつつある。このような状況に対して、乳化剤であるコミュニティ通貨を適用することで、分離してしまう市場とコミュニティの界面を活性化して両者が混合して存在できるようにすることで、コミュニティの経済機能を再活性化することができる。コミュニティ通貨はいわば市場の乳化剤として利用できるのである。こうして、市場とコミュニティを親和的なものにするならば、当然、コミュニティの性格も従来とは異なるものになる。村落共同体のような前近代的コミュニティでは、メンバー間の互酬に基づく強い結合関係が「ムラ」的な閉鎖性や排他性を生み、それが外部の批評や批判を封殺し、新奇性や多様性を生み出さな

いといった問題点があった。しかし、コミュニティ通貨が再形成するコミュニティは市場に似て、より自由でオープンな性質を持つはずであり、イノベーションや多様性を排除するものではないであろう。コミュニティ通貨は、倫理なき万物の商品化が進み、過剰な投機が生活を不安定化するといった資本主義的な市場の問題点のみならず、こうした旧弊たるコミュニティの問題点をも「洗浄」することができるのである。

現実の市場には、現代経済学の主流である新古典派が仮定する、効用や利潤の最大化を完全に計算・実行できるような超合理的主体は存在しない。さらに、すべての主体が利己的でもないはずだ。むしろすべての主体は限定合理的であり、主体の中には利己的なものもいれば、利他的なものもある。それどころか、一個人の内部に利己性と利他性の両面が常に存在するのである。そして、そうした主体間には競争関係だけでなく、多かれ少なかれ、協力・協同的關係が存在するであろう。こうした現実における多様性を理解するには、既に述べたように、まず市場のとらえ方を広げる必要がある。そうした代替的な市場像に基づいて考えれば、コミュニティ通貨が使用される市場では、国家通貨（例えば円）やグローバル通貨（例えばドル）が使われる資本主義市場経済に比べて、利己的な主体に対する利他的な主体の割合や自己の中での利他性の利己性に対する割合が相対的に上昇するものと期待される。その結果として、主体間の協力関係が形成されやすい環境がひとたび形成されれば、非資本主義的市場経済が生まれる可能性は高まるであろう。

次に、コミュニティ通貨の機能面について見よう。まず、「経済メディア」としての機能に着目する。

①自主的発行・運営管理

任意の団体が独立かつ自主的にコミュニティ通貨を設計、発行、管理することができる。人々が自らのコミュニティ通貨を作り出し、一定の範囲で取引に使うことができるならば、それは貨幣発行権を独占する政府（中央銀行）から自由権ないし社会権として部分的にせよ取り戻すことに他ならない。これは、コミュニティ通貨の自由主義的、民主主義的な特性である。

②域内限定流通

消費者が地域の大型スーパーやコンビニで買い物をすれば、そこで支払われた貨幣は地域外へと流れ出て、大都市の本社へ集約される。また、貯蓄や投資資金のための貨幣はより収益性の高い場所へ、例えば、不動産が急激に値上がりしている大都市圏へ流れて行く。こういう貨幣の漏出は、特にデフレーションの時期には、地域経済に対して非常に大きな負の影響を及ぼす。コミュニティ通貨は特定の地域内のみ流通し、域外へ出ていかにないように設計されているので、地域内のモノやサービスの取引をより活発にし、貨幣の保蔵が原因である有効需要の不足を解消することができる。これは、「地産地消」と「地域主義」を促す。

③無利子あるいは負の利子

コミュニティ通貨に利子がつかないというのはどういう意味か。通常、商業銀行などの金融機関でお金を借りれば、必ず所定の利子を付けて返済しなければならない。しかし、両親や友人・隣人からお金を借りれば、利子を払わないであろう。あえて利子を払おうとすれば、親密な関係を壊してしまうかもしれない。それは、利子を取らないということが彼らの愛着や愛情の証であるからである。借金に利子が付く・付かないということは、宗教的コミュニティも含め、貸し手と借り手の間の社会的距離を表すバロメーターに他ならない。日本に古くから見られる庶民の互助的金融組織である経済的講（頼母子講や無尽とも呼ばれる）もほとんど利子が付かない。コミュニティ通貨における無利子は、すでに存在している親密さの証であるよりもむしろ、参加者間の信頼に基づく相互扶助や連帯を促進するためのルールである。

では、負の利子は何を意味するのか。船を港に停泊しておく時間あたりの手数料が徴収される。負の利子は貨幣を保蔵する際のコストを意味するが、この例に似ているところから、「デマレージ（滞船料）」とも呼ばれる。これは、貨幣を保有するよりも速やかに使用することで、その円滑な流通を促すためのルールである。20 世紀の戦間期にシルビオ・ゲゼルは、時間とともに腐朽する穀物などの一般商品と同じように、貨幣を時間の経過に伴い減価させることでその特権的地位を解消しようとして、「スタンプ紙幣」を考案した。大恐慌後、アーヴィング・フィッシャーがこの考えを紹介したので、ヨーロッパだけでなくアメリカでも広く普及した。無利子ないし負の利子は、コミュニティ通貨の非資本主義的な特性を示す。

次に、「社会・文化メディア」の側面に注目しよう。

④信頼と協同

コミュニティ通貨は、参加者間の信頼や協同に基づいて流通する。参加者はコミュニティ通貨による取引を通じて交流を深め、相互扶助の輪を広げていく。そうすることで、参加者間の信頼が相互に確認されれば、信頼はさらに深まっていく。これは、コミュニティ通貨のコミュニティ形成という側面を表している。

例えば、現代の口座型コミュニティ通貨の代表である LETS(Local Exchange Trading System)の場合、無利子であるだけでなく、すべての参加者の口座のプラス（貸方：クレジット）とマイナス（借方：デビット）の合計が常にゼロである。参加者は、取引の結果として、自分が帰属するコミュニティからお金を借りたり、コミュニティへお金を貸したりしているが、コミュニティの全参加者間では貸し借りはいつもバランスしていると解釈することができる。このゼロサム原理は、コミュニティ通貨を媒介として参加者間で相互扶助や連帯が常に成立していることを端的に表現するものであり、信頼と協同を深めるための制度的基盤を提供する。

⑤協同的生費者

未来学者アルビン・トフラーは「第3の波」（1980）で、現代の情報化時代では人々の生活はより自助や DIY (Do-it-yourself) を取り入れたものになると考えた。「生費者」とは、生産者と

消費者が一体化するそうした傾向を表すために「プロデューサー」と「コンシューマー」の合成語としてトフラーが作った「プロシューマー」(prosumers)の訳語である。ここで「協同的生費者」という表現が意味しているのは、生産者であると同時に消費者でもある市民がお互いに持てる資源を有効活用しながら相互協力関係を保つということである。それは、すべての参加者が貨幣保有者としての消費者と貨幣希求者としての生産者の間の非対称性を消去して、できるだけ「同等な条件」から出発すべきであるというコミュニティ通貨の理想を表している。

⑥言語的表現、伝達

各地域コミュニティは自然上、文化上、固有の特徴や個性を持っているが、そうした質的な多様性は貨幣の一次元的な数量では表現できない。そうした各地域の個性を表現し伝達するためのメディアとしてコミュニティ通貨は利用される。コミュニティ通貨の名称には、特産品、方言、地理、伝統、神話、理念などそのコミュニティのアイデンティティを表現するユニークなものが多い。例えば、地理や地名を表すもの（北九州市折尾地区「オリオン」、北海道栗山町「クリン」など）、特産品や伝統を表すもの（千葉の落花生から「ピーナッツ」、水俣のもやい直しから「もやい通貨」など）、バーチャル・コミュニティの理念や思想を象徴的に表すもの（市民協同発電から「ワット」、地球環境アースデーから「アースデーマネー」など）など様々である。このように、コミュニティ通貨はローカルな文化・関心・価値を表現する言語的メディアとして機能している。

①から③の3つが、経済メディアとしてのコミュニティ通貨の機能的な特徴である。こうした経済メディアの側面だけに注目して、コミュニティ通貨を単に経済危機を乗り越え、不況を脱出するためのツールであると考えのでは、社会・文化メディアの側面を無視することになり、コミュニティ通貨のとらえ方としては狭すぎる。これとは逆に、日本では一時期、社会・文化メディアの側面を主軸にしたコミュニティ通貨であるエコマネーが支配的となったが、やがて経済メディアの側面の必要性が見直されるようになった。

コミュニティ通貨には常に貨幣としての経済メディアと言語としての社会・文化メディアの二つの側面がある。そうした二種のメディアの相補性こそ、他のコミュニケーション・メディアには見られない、コミュニティ通貨の特徴であり、どちらか一方だけからはそのユニークさは理解しえないのである。しかしながら、現実のコミュニティ通貨では、二側面のうち相対的にどちらか一方が強いことが通常である。導入目的やローカリティの違いによって、コミュニティ通貨はさらに多様になる。コミュニティ通貨が言語や貨幣というコミュニケーション・メディアから新種のコミュニケーション・メディアとして系統発生する過程で、コミュニティ通貨の中に多様な亜種が発生するとも言える。こうした大きな多様性もまたコミュニティ通貨の「種」としての特徴である。

種としてのコミュニティ通貨にはこのような大きな多様性があるにせよ、個体としてのコミ

コミュニティ通貨のルールがひとたび与えられれば、参加者の行動や動機と、参加者が構成するコミュニティのパフォーマンスやパターンは相互に影響を与え合いながら変化していく。マクロ的環境が不変であるか、マクロ的環境がマイクロ主体とは全く独立に外生的に変化する場合には、その環境下でのマイクロ主体の適応度を定義することはできる。この場合、環境に最もうまく適応しうる個体、つまり、最大の適応度を持つ個体が最も速く増殖し繁栄するという「最適者生存」の概念は意味を持つ。しかし、マクロ的環境とマイクロ主体が相互作用しつつ、その特性が内生的に変化するような進化過程では、適応度は明確には定義できない。現実の経済社会はこの場合のように、内生的に変化し、経路依存性があるダイナミックな進化過程である。コミュニティ通貨を含む場合も同じである。したがって、どの形態のコミュニティ通貨がベストであり、最も効果的かという問い自体が意味をなさない。

こうした進化的視点からコミュニティ通貨はどう評価できるのであろうか。資本主義市場経済という現存の経済環境を前提とすれば、コミュニティ通貨は現行の国家通貨（円）や国家連合通貨（ユーロ）に比べて存続や普及の力の点で圧倒的に弱く、増殖はおろか存続していくことすらしばしば困難である。

資本主義市場経済とはいえ、大恐慌や金融危機による経済的不況時や大地震や大津波などの自然災害時等、コミュニティ通貨の弱さが強さへと転換する状況は考えられる。したがって、少なくとも、コミュニティ通貨は、資本主義市場経済の例外的な事態や状況において緊急避難的に利用することができるセーフティネットや補完的な制度になりうるであろう。だが、そうした状況はあくまで一時的、短期的なものであって、恒常的、長期的なものではない。

コミュニティ通貨が目指しているのは、現行貨幣が有する汎用性・普遍性（流通領域・期間、取引対象、参加者に関する）を意図的に制限することで、資本としての貨幣の負の機能（ルーマンの「悪魔的側面」）を抑制し、経済社会の安定性と持続可能性を回復することである。このような理念は美しいが現実的ではない空想に止まるのだろうか。それとも、実現される可能性はあるのだろうか。

コミュニティ通貨の存続や普及の力は常に一定不変ではない。それは、経済社会の環境に依存して決まるのであって、別の環境下ではその弱さが強さに変わる可能性がある。では、別の環境が生じるのはどういう場合か。第一に、人間が一定の意図に基づいて人為的、政策的に別の環境を作り出す場合である。第二に、マクロ的環境とマイクロ主体が相互作用する進化過程の中で環境と主体が内生的に変化していく場合であろう。第一の場合は特区や補助金のような政策の問題であるので、ここでは触れない。第二の場合のみ考えよう。

資本主義市場経済のような厳しい環境の下でも、コミュニティ通貨が少なくとも淘汰されずに存続できたと仮定してみよう。そうであれば、コミュニティ通貨はマイクロ主体の行動を規定する利益、関心、価値、倫理に対して徐々に影響を与えるだろう。その影響は、初めはゆっ

くりとした漸次的なものであろう。それが一定の閾値を超えれば、コミュニティ通貨を媒介にして、マクロ環境がマイクロ主体に作用し、さらにマイクロ主体がマクロ環境を変えるというように（別論文「地域通貨のメディア・デザインとコミュニティ・ドック：進化主義的制度設計による新たな政策論の展開」で説明する「マイクロ・メゾ・マクロ・ループ」における円環的な相互作用を通じて）、マイクロ主体もマクロ環境も急激かつ累積的に変化する可能性がある。つまり、マイクロ主体としての個人や企業のルールが少し変わると、資本のルールが支配的である現在のマクロ経済環境も変化する。こうした進化過程の中で、マイクロとマクロを相互に媒介するプラットフォーム制度としてのコミュニティ通貨がより広く普及していく可能性がある。

この意味でのコミュニティ通貨は、比喩的には、投薬などの即効性を期待する西洋医学的な対症療法ではなく、鍼治療のように遅効性の体質改善を目指す東洋医学的な治療方法である。換言すると、人体の免疫系・神経系などに鍼のような微細な異物を差し挟むことによって、境界領域における秩序とカオスの位相に微妙な変化を与え、その結果として、各細胞を賦活しシステム全体を活性化することを目指すものである。このようなコミュニティ通貨の長期的な効果やその政策的含意については、従来の経済学の枠組みではうまく説明することができない。

第1章では、進化経済学の概念と枠組みに基づいて導出する「進化主義制度設計」という視点からコミュニティ通貨をとらえ直し、この問題をより分析的に説明しているので、そちらを参照されたい。

4. まとめ

経済学には、経済について希少性と再生産の2つの視点からする定義があり、市場についても、希少性の観点に基づく集中的市場と再生産の観点に基づく分散的市場というモデル化が可能である。また、経済の生産・消費・分配を調整するための原理には、交換＝市場、互酬＝コミュニティ、再分配＝国家の3つがある。

現代のアカデミズム、政策の現場、人々の通念において支配的な影響力を発揮しており、市場原理主義を生み出しているのは、希少性という視点に基づく新古典派的な経済観と市場像である。私たちは知らないうちに、こうした見方の影響を強く受けている。

それは希少性だけに注目することにより、市場を価格メカニズムへと還元し、それを集中的市場としてモデル化する。しかし、現実の市場は貨幣による売買を前提とする分散的市場であり、集中的市場からほど遠い。集中的市場は、貨幣の存在を捨象し、市場の特殊な機能にすぎないオークション・メカニズムを理念化してモデル化されたものであり、いちじるしく現実妥当性を欠くものである。

にもかかわらず、そのような理論が作られているのは、一方で、論理的に首尾一貫した公理

主義的なモデルが作りやすいからであり、他方で、市場が計画（価格なき数量調整に依存する企業組織や官僚組織）よりも効率的であり、優れていると規範的に主張したいからである。だからこそ、初めから経済問題を希少性という枠内だけで理解しようとすると言ええる。

新古典派的な経済観と市場像にこうした認知順序が存在することがわかれば、それに依拠して議論を進めることがいかに空疎かつ危険なことであるかを理解することができよう。なぜなら、こうした狭すぎる理論的枠組みを前提すると、希少性という経済問題よりもいっそう重要であるとも言える経済の再生産という問題の存在すら認識することができないし、したがって、市場はせいぜい経済の再生産にとって有益な制度の一つにすぎず、実際には他の多くの制度と補完的に機能していることも認識できなくなるからである。こうして、より現実的な条件の下では、制度の多様性が重要であるということがまったく省みられなくなる。これが、理論上の大きなリスクとなる。

ここで主張しているのは、希少性という問題はそもそも存在しないということではない。それは確かに存在するが、その問題だけを考えるための理論枠組みに固執することで、もう一つの重要な問題が見えなくなることの危険性を指摘したいだけである。例えば、集中的市場のモデルに依拠して創出された炭素排出権取引市場は排出権の配分を効率的にすると唱われながら、それが新たなデリバティブ（金融派生商品）のための投機的市場になってしまい、リーマンショック時の欧州でバブルの形成と崩壊を見せたことは記憶に新しい。炭素排出権取引市場も分散的市場であるなら、こうした不安定性は当然の帰結であり、驚くべきことではない。集中的市場のモデルに依拠した排出権取引の効率性が神話であるだけのことである。しかし、そうであるならば、温暖化ガスの削減という目標にとって排出権取引という手段がマッチするのかどうかを思考すべきであろう。グローバリゼーションが進み、市場の内部化によりコミュニティや国家の衰退が生じている現代において、市場の拡大と規制緩和・自由化さえ行えばよいとする市場原理主義がさらに徹底されるなら、経済の再生産すら危うくなる可能性は存在する。

貨幣を捨象できるならば、言い換えると、売れ残りである在庫や失業が存在しないと仮定できるのならば、市場=交換は希少性に対応する資源配分のための価格メカニズムやそれを支える合理的選択や競争へと還元できるかもしれない。しかし、貨幣が常に必要であるという事実を鑑みると、貨幣を捨象することはできず、そうした還元は不可能である。したがって、貨幣を媒体とする分散的市場が現実的で妥当な市場モデルである。そうしたモデルでは、貨幣による売買取引のネットワークは、在庫や失業などの緩衝が機能し、数量的不均衡を吸収する範囲内で経済の再生産は価格の多少の変動を伴いながら安定的に行われるが、その範囲を超えれば価格の急騰や急落を伴うバブルや恐慌の発生は避けがたい。したがって、こうした分散的市場は不安定であって、それほど効率的ではない。しかも、そうした市場は経済の全域を覆い尽くすほど普遍的ではありえず、互酬=コミュニティや再分配=国家に部分的に依存せざるをえない。

つまり、資本主義市場経済においても市場、コミュニティ、国家はその存在領域の大小を変化させながら、共存しているのである。

経済調整原理である交換=市場、互酬=コミュニティ、再分配=国家はいずれも経済の再生産を達成するために利用できるし、ヨーロッパ中世や日本の封建時代のような非資本主義的市場経済では、互酬や再分配がかなり大きな役割を果たしていた。しかし、希少性や環境下での競争に基づく調整原理は交換=市場だけである。少し言い方を変えると、交換=市場には、非効率性を排除する競争で希少性を処理する側面と貨幣循環を通じて生産・消費・分配を繰り返し行うことで経済の再生産を可能にする側面の2つが同時にあるが、互酬や再分配には後者しかないのである。だからこそ、新古典派は他の調整原理にはない市場の特殊性を描写するために希少性だけに光を当てて、理論化を試みたのだとも言える。

だが、時間の不可逆性や事象の不確実性と人間の合理性の限界という現実的条件を考慮すると、市場経済における中心的问题是資源配分の効率性にあるとは言えない。むしろ、中心問題は再生産を可能にしつつ、技術、商品、情報、組織などにおけるイノベーションを促進することにあると見るべきであろう。そうであれば、交換=市場=競争と互酬=コミュニティ=協力の融合のさせる方が望ましいと言える。例えば、営利企業とNPOやNGOの共存、フリー・ソフトウェア・ライセンスや音楽・動画共有サイトの発展、SNSの隆盛などがその例証である。

グローバリゼーションにより市場が拡大し、コミュニティと国家が縮小するのが現状であるとするならば、国家の財政金融政策によるマクロ的景気調整にも自ずと限界があり、別の方向を目指すべきであろう。そのような状況下で、市場とコミュニティの分離につながる貨幣のあり方自体を考え直すという方向性が浮かび上がる。コミュニティ通貨とは、貨幣メディアと社会・文化メディアの両特性を備えた統合的コミュニケーション・メディアであり、市場とコミュニティを融合し、両者のバランスを取ることで資本の暴走や閉鎖的コミュニティの退廃といった双方の問題点を克服するための手段となるのである。

【参考文献】

- Hayek, F. (1988) *The Fatal Conceit: The Errors of Socialism*, ed. by W.W. Bartley III, Routledge.
- Luhmann, N. (1974) *Die Wirtschaft der Gesellschaft*, Suhrkamp Verlag. (ニクラス・ルーマン『社会システムのメタ理論; 社会学的啓蒙』 土方昭監訳, 新泉社, 1984年)
- Luhmann, N. (1984) *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp Verlag. (ニクラス・ルーマン『社会システムの理論』 上下, 佐藤勉監訳, 恒星社厚生閣, 1993年)

- Luhmann, N. (1988) *Die Wirtschaft der Gesellschaft*, Suhrkamp Verlag. (ニクラス・ルーマン『社会の経済』春日淳一訳, 文民堂, 1991 年)
- Polanyi, K. [1944] *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our time*, Rinehart(カール・ポランニー『大転換』吉沢英成他訳, 東洋経済新報社, 1975 年)
- 正村俊之(2001)『コミュニケーション・メディア』世界思想社
- 春日淳一(2003)『貨幣論のルーマン』勁草書房
- 西部忠(2000)「自律分散型市場における貨幣」『経済学研究. 1 (北海道大学) 50(3)
- 西部忠(2011a)『資本主義はどこへ向かうか』NHK出版
- 西部忠(2012)「コミュニティ通貨のメディア・デザインとコミュニティ・ドック: 進化主義的
制度設計による新たな政策論の展開」北海道大学経済学研究科ワーキングペーパー, No. 100
- 西部忠他編(2010)『進化経済学 基礎』日本経済評論社